

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Факультет менеджменту та маркетингу

Кафедра менеджменту

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ д.е.н., проф. Дергачова В.В.

«03» червня 2019 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
на здобуття ступеня бакалавра
з напрямку підготовки 6.030601 «Менеджмент»

на тему **«Оптимізація імпортої діяльності підприємства»**

Виконала студентка 4 курсу, групи УЗ-51

Шевченко Дар'я Сергіївна

Керівник ст. викл. кафедри менеджменту, к.е.н. Жалдак Г.П.

Рецензент доцент кафедри промислового маркетингу

к.е.н., доц. Язвінська Н.П.

Засвідчую, що у цій дипломній роботі немає
запозичень з праць інших авторів без
відповідних посилань.

Студент _____
(підпис)

Київ - 2019 року

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Факультет менеджменту та маркетингу
Кафедра менеджменту
Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)
Напрямок підготовки **6.030601 «Менеджмент»**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ *д.е.н., проф. Дергачова В.В.*

«24» жовтня 2018 р.

**ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ
Шевченко Дар'ї Сергіївні**

1. Тема роботи: «Оптимізація імпортої діяльності підприємства»

керівник роботи ст.викл., к.е.н. ЖАЛДАК Ганна Петрівна

затверджені наказом по університету від 28.02.2019р. № 788-с

2. Термін подання студентом роботи 03.06.2019 р.

3. Вихідні дані до роботи: наукова та навчально-методична література, законодавчі й нормативні акти України, що регламентують порядок імпортої діяльності, інформація про історію створення та розвиток підприємства ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», фінансова звітність (форма № 1 «Баланс», форма № 2 «Звіт про фінансові результати», за 2015-2017рр); звіти про виробництво продукції на зовнішні ринки за 2015-2017 рр.; статистична звітність, статут.

4. Зміст пояснювальної записки

а) теоретична частина:

- визначити економічний зміст та значення імпоротної діяльності для підприємства;
- виявити особливості та основні підходи до здійснення імпоротної діяльності промислового підприємства.

б) дослідницько-аналітична частина:

- надати господарсько-економічну характеристику підприємства та його імпоротної діяльності;
- оцінити імпортний потенціал та можливості активізації імпоротної діяльності;
- проаналізувати можливості підприємства щодо розвитку імпорту.

в) рекомендаційна частина:

- розробити проект впровадження оптимізаційних заходів в контексті розвитку імпоротної діяльності;
- економічно обґрунтувати доцільність реалізації запропонованих заходів.

5. Перелік графічного матеріалу

1. Зовнішньоекономічна діяльність ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» за 2015–2017 рр.
2. Результати оцінювання потенціалу ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» за 2015–2017 рр.
3. Основні експортери сировини та обладнання
4. Виконання контрактів на поставку панчішко-шкарпеткового обладнання
5. Оцінка ефективності операції з імпорту панчішко-шкарпеткового обладнання
6. Показники ефективності імпорту
7. Недоліки організації ЗЕД ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика»
8. Аналіз імпорту сировини з різних країн
9. Собівартість продукції ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика»
10. Оцінка ефективності запропонованих заходів

6. Орієнтовний перелік публікацій: стаття “Проблеми розвитку експортно-імпоротної діяльності підприємств панчішно-шкарпеткових виробів”, тези “Проблеми розвитку експортно-імпоротної діяльності підприємств панчішно-шкарпеткових виробів”

7. Дата видачі завдання

«24» жовтня 2018р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Позначки керівника про виконання завдань
1.	Збір необхідної інформації щодо теоретичних, та практичних засад реалізації імпортої діяльності підприємства	25.10.2018р. – 31.10.2018р.	
2.	Аналіз теоретичного та практичного матеріалу з обраної тематики, обробка та аналіз інформації щодо імпортої діяльності підприємства	01.11.2018 – 29.11.2018	
3.	Розгляд теоретичних основ імпортої діяльності підприємства	30.11.2018 – 01.12.2018	
4.	Надання організаційно-економічної характеристики підприємству та його імпортої діяльності	01.01.2019 – 28.02.2019	
5.	Оцінювання потенціалу ТОВ «Київська шкарпеткова фабрик» та можливостей активізації імпортої діяльності	1.03.2019 – 20.04.2019	
6.	Вибір, розробка та обґрунтування шляхів розвитку імпортої діяльності підприємства	21.04.2019 – 11.05.2019	
7.	Економічне обґрунтування рекомендованих заходів	12.05.2019 – 17.05.2019	
8.	Оформлення дипломної роботи на здобуття ступеня бакалавра	18.05.2019– 31.05.2019р.	

Студент _____ Шевченко Д.С.

Керівник дипломної роботи _____ ЖАЛДАК Г.П.

РЕФЕРАТ

Дипломна робота на тему: «Оптимізація імпоротної діяльності підприємства» містить 107 сторінок, 27 таблиць, 11 рисунків, 2 додатка. Перелік посилань нараховує 85 найменувань.

Метою дослідження є розробка напрямів підвищення ефективності імпортних операцій ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика».

Об'єктом дослідження є імпортна діяльність підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні підходи щодо оптимізації імпортних операцій вітчизняними підприємствами.

У роботі були використані такі **методи дослідження**:

- методи теоретичного пізнання, за допомогою яких було розкрито сутність, значення та принципи оцінки ефективності імпортних операцій виробничих підприємств;

- методи економічного аналізу, за допомогою яких було здійснено аналіз фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства та ефективності його імпортних операцій.

- діалектичний та абстрактно-логічний (для узагальнення та формулювання висновків). Так, за допомогою цих методів було зроблено узагальнення отриманих результатів ефективності імпоротної діяльності досліджуваного підприємства та розроблено ряд заходів, які спроможні підвищити ефективність імпортних операцій підприємства.

Наведено стратегічні альтернативи оптимізації зовнішньоекономічної діяльності підприємства, а саме - зазначено, що в умовах ринкової економіки успіх зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» і його стійке фінансове положення залежить від багатьох чинників. Один із них - це висока конкурентоздатність виробів, що випускаються. Запропоновано здійснити переорієнтацію імпоротної діяльності з Китаю до Туреччини, що обумовлено наступним: менші витрати при імпорті та зменшення ризику невиконання імпортних контрактів постачальниками. Також з метою удосконалення планування ЗЕД ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» необхідно створити окремий підрозділ. З метою оцінки ефективності запропонованих заходів було наведено розрахунки, які підтверджують доцільність створення відділу ЗЕЗ ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», тим більше, що у подальшому підприємство буде розширювати кількість постачальників та країн-імпортерів.

Розроблені шляхи підвищення ефективності імпортних операцій підприємства, можливо досліджувати у майбутньому, тому що вони дозволять підвищити конкурентоспроможність підприємства та його продукції на ринку шляхом зниження собівартості виробленої продукції, оптимізації вартості виробів підприємства та збільшення величини отриманого прибутку від реалізації панчішно-шкарпеткових виробів.

Ключові слова: імпортна діяльність, ефективність імпоротної діяльності, імпортні операції.

ABSTRACT

Bachelor's thesis «Optimization of the import activity of the enterprise» includes 107 pages, 27 tables, 11 drawings, 2 attachments. The bibliography list consists of 85 items.

The purpose of the research is to develop directions for increasing the efficiency of import operations of LLC "Kievskya shkarpetkova fabrika".

The object of research is the import activity of the enterprise.

The subject of the study is theoretical and practical approaches to optimization of import operations by domestic enterprises.

The following **research methods** were used in the work:

- methods of theoretical knowledge, by means of which the essence, values and principles of the evaluation of the efficiency of import operations of production enterprises were disclosed;

- methods of economic analysis, by means of which the analysis of financial and economic activity of the investigated enterprise and the efficiency of its import operations were carried out.

- dialectical and abstract-logical (for generalization and formulation of conclusions). Thus, with the help of these methods, a generalization of the obtained results of the efficiency of the imported activity of the investigated enterprise was made and a number of measures were developed that could increase the efficiency of the import operations of the enterprise.

The strategic alternatives to optimizing the foreign economic activity of the enterprise are presented, namely - it is noted that in the conditions of a market economy, the success of foreign economic activity of LLC "Kievskya shkarpetkova fabrika" and its stable financial position depends on many factors. One of them is the high competitiveness of manufactured products. It is proposed to reorient the import activities from China to Turkey, due to the following: lower costs for imports and reduce the risk of non-fulfillment of import contracts by suppliers. Also, in order to improve the planning of foreign economic activity, the "Kievskya shkarpetkova fabrika" should create a separate unit. In order to evaluate the effectiveness of the proposed measures, calculations have been made that confirm the feasibility of establishing a department of the FER LLC "Kievskya shkarpetkova fabrika", especially as the company will further expand the number of suppliers and importing countries.

The ways of improving the efficiency of the import operations of the enterprise can be investigated in the future, because they will increase the competitiveness of the enterprise and its products in the market by reducing the cost of production, optimizing the cost of products of the enterprise and increasing the amount of profit from the sale of hosiery products.

Keywords: *import activity, efficiency of import activity, import operations.*

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗДІЙСНЕННЯ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	13
1.1 Сутність та класифікація імпорتنих операцій підприємства	13
1.2 Методичні підходи до здійснення економічної оцінки та визначення ефективності імпорتنих операцій на підприємствах.....	22
Висновки до розділу 1	31
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «КИЇВСЬКА ШКАРПЕТКОВА ФАБРИКА».....	34
2.1. Загальна характеристика діяльності компанії та її імпорتنих операцій	34
2.2. Діагностика передумов оптимізації імпортної діяльності сфері панчішно-шкарпеткових виробів.....	46
2.3. Оцінка ефективності імпортної діяльності підприємства	61
Висновки до розділу 2	70
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КИЇВСЬКА ШКАРПЕТКОВА ФАБРИКА».....	73
3.1. Стратегічні альтернативи оптимізації зовнішньоекономічної діяльності підприємства	73
3.2. Економічне обґрунтування запропонованих заходів та оцінка рівня їх ефективності.....	83
Висновки до розділу 3	90
ВИСНОВКИ	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	96

ВСТУП

Можливість країни зайняти належне місце в глобальній економіці залежить від можливостей її фірм утримати гідне положення на світових ринках. Тому в сучасному світі досягнення й підтримання конкурентоспроможності підприємств на зовнішніх ринках є необхідною умовою підвищення національної конкурентоспроможності. При цьому необхідно враховувати тенденції світового розвитку й відповідно з ними проводити політику, спрямовану не тільки на зниження витрат на виробництво й реалізацію продукції, але також потрібно комплексно підвищувати ефективність і внутрішніх, і зовнішніх чинників, що забезпечують конкурентоспроможність. Одним із важливих напрямів підвищення рівнів ефективності та конкурентоспроможності підприємств є оптимізація імпоротної діяльності.

Наявність оптимізованої структури імпортних операцій підприємства є однією з важливих ланок зовнішньоекономічної діяльності підприємства, що характеризує можливість і ефективність адаптації підприємства до умов ринкового конкурентного середовища, а також певним чином здатна забезпечити ефективність зовнішньоторговельних операцій на зарубіжних ринках.

Так, коли внутрішній ринок вітчизняних підприємств значно відстає за своїм розвитком і інфраструктурою від зовнішнього, ефективна зовнішньоекономічна діяльність буде надавати найбільший вплив на зростання і розвиток підприємства.

Зараз переважна більшість організацій використовують функціональний підхід до управління підприємством в цілому і здійсненням імпоротної діяльності зокрема. Цей підхід полягає в тому, що всі функції підприємства представляються окремо, незалежно один від одного, приводячи до розриву єдиного ланцюжка системи управління. Об'єктивним результатом такого підходу до управління підприємством, а зокрема імпоротної діяльності, є

зростання чисельності апарату управління, створення функціональних бар'єрів, ускладнення взаємодії між підрозділами і виникнення перешкод на шляху впровадження нових технологій, зниження конкурентоспроможності як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринку і т. д. Оптимізація імпорتنих операцій та, як наслідок, підвищення ефективності загальної конкурентоспроможності підприємства - запорука підвищення конкурентоспроможності країни.

Критичний аналіз наукових праць з окресленої проблематики показав, що у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі існує певний доробок щодо здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємствами. Теоретичні засади оптимізації імпоротної діяльності підприємства досліджувались такими науковцями, як Дахно І.І. [16], Должанський І.З. [17], Заєць М.М. [19], Майданюк Т.Г. [28], Солонінко К.С. [34], Новицький В.Є. [36], Павленко І.І., Варяниченко О.В., Навроцька Н.А. [40], Приступлюк В.О. [47], Пілецька С.Т. [42], Соколовська В.М. [58], Сухарський В. [67] та ін.

Питання оцінки ефективності зовнішньоторговельних операцій у своїх наукових працях досліджували Лопарьова М.І. [25], Маргасова В.Г. [30], Мельник О. [32], Приступлюк Т.О. [48], Пшик-Ковальська О.О. [49], Решетняк К.Е. [53], Твердохлеб Є.С. [69] та ін.

Проте варто зазначити, що в сучасних умовах розвитку євроінтеграційних процесів в Україні надзвичайної актуальності набули проблеми підвищення ефективності імпорتنих операцій вітчизняних підприємств за рахунок оптимізації основних елементів таких операцій, адже в зв'язку з інтеграцією України в європейський простір для багатьох вітчизняних підприємств економічна сфера перетворилася в досить перспективний інструмент подальшого розвитку і підвищення своєї конкурентоспроможності.

Безумовно, кардинальні суспільно-політичні та економічні зміни, які відбулися в житті України протягом останнього часу, знайшли своє відображення як на результатах імпоротної діяльності, так і на системі

взаємовідносин між зазначеними суб'єктами. Відтак, пошук шляхів виходу з кризи може бути розпочато з перегляду мотивів, інтересів, наслідків імпортої діяльності для всіх суб'єктів на всіх її рівнях відповідно до викликів та перспектив сьогодення.

Міжнародна спеціалізація галузей та видів економічної діяльності, інтенсифікація міжнародної торгівлі товарами, послугами, міжнародного обміну науково-технічними знаннями визначають основні особливості імпортої діяльності суб'єктів глобального рівня. Саме тому дана проблема є актуальною та потребує подальших наукових досліджень.

Метою дослідження є розробка напрямів оптимізації імпортої операцій ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», що сприятиме підвищенню ефективності цієї діяльності підприємства на зовнішніх ринках.

Досягнення поставленої мети вимагає вирішення наступних завдань дослідження:

- визначити сутність та надати класифікацію імпортої операцій підприємства;
- розглянути методичні підходи до здійснення економічної оцінки та визначення ефективності імпортої операцій на підприємствах;
- навести загальну характеристику діяльності компанії та імпортої операцій на ринку України;
- провести діагностику передумов оптимізації імпортої діяльності в сфері панчішно-шкарпеткових виробів;
- навести стратегічні альтернативи оптимізації зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- здійснити економічне обґрунтування запропонованих заходів та оцінити рівень їх ефективності.

Об'єктом дослідження є імпортна діяльність підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні підходи щодо оптимізації імпортої операцій вітчизняними підприємствами.

База дослідження - ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика».

У процесі написання дипломної роботи було використано такі методи наукового дослідження як: методи теоретичного пізнання, за допомогою яких було розкрито сутність, значення та принципи оцінки ефективності імпорتنих операцій виробничих підприємств; методи економічного аналізу, за допомогою яких було здійснено аналіз фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства та ефективності його імпорتنих операцій. Так, було проведено аналіз фінансових результатів господарської діяльності підприємства, їх динаміки в абсолютному та відносному вимірах, а також здійснено аналіз динаміки та структури обсягів імпорту як за товарним асортиментом, так і за географічною ознакою. Також було проведено оцінювання ефективності імпорتنих операцій підприємства та визначено їх ефект; діалектичний та абстрактно-логічний (для узагальнення та формулювання висновків). Так, за допомогою цих методів було зроблено узагальнення отриманих результатів ефективності імпоротної діяльності досліджуваного підприємства та у відповідності з одержаними результатами розроблено ряд заходів, які спроможні підвищити ефективність імпорتنих операцій підприємства.

Структура дослідження передбачає наявність вступу, трьох основних розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Перший розділ дослідження присвячено розкриттю теоретичних основ організації імпорتنих операцій на підприємстві. В даному розділі розглянуто особливості здійснення імпорتنих операцій підприємством, наведено наукові підходи до оцінки економічної ефективності цих операцій, а також наведено критерії та показники цього ефекту. Загалом, перший розділ дослідження слугує теоретичною базою для проведення подальшого дослідження особливостей та ефективності імпорتنих операцій ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика».

У другому розділі було здійснено дослідження ефективності операцій з імпорту на підприємстві ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», для чого було проаналізовано особливості операцій з імпорту: їх обсяги, географічна та

товарна структура. Також досліджено фактори, які здійснюють вплив на імпорتنу діяльність підприємства та їх ефективність. Проведене оцінювання ефективності імпорتنих операцій дало змогу зробити висновки про необхідність розробки напрямів оптимізації імпоротної діяльності досліджуваного підприємства.

Третій розділ присвячено розробці напрямів підвищення ефективності імпорتنих операцій ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», для чого було обґрунтовано напрями переорієнтацію імпоротної діяльності та наведено прогнозну оцінку їх ефективності.

Практичне значення дослідження полягає у розробці шляхів підвищення ефективності імпорتنих операцій досліджуваного підприємства, які дозволять ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» підвищити конкурентоспроможність підприємства та його продукції на ринку шляхом зниження собівартості виробленої продукції, оптимізації вартості виробів підприємства та збільшення величини отриманого прибутку від реалізації панчішно-шкарпеткових виробів.

Досліджуючи оптимізацію імпоротної діяльності, визначено, що з ростом випуску панчішно-шкарпеткових виробів у всіх країн, в тому числі в Україні, спостерігається збільшення надходжень в Україну імпорту даної продукції. Виявлені негативні риси розвитку діяльності підприємств свідчать про необхідність дослідження факторів, що знижують ефективність імпорتنих операцій, і пошуку напрямків для підвищення їх ефективності.

Інформаційна база дослідження представлена нормативно-правовими актами, матеріалами навчальних посібників та підручників, наукових статей, статистичними даними, Інтернет-джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗДІЙСНЕННЯ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність та класифікація імпорتنих операцій підприємства

З урахуванням масштабності впливу розмірів конкуренції на діяльність підприємств-виробників товарів і на продавців цих товарів і послуг, зростає значення ЗЕД підприємств, яка характеризується високим позитивним ефектом щодо зменшення впливу мікроекономічних факторів маркетингового середовища функціонування на діяльність та конкурентоспроможність підприємств-учасників зовнішньоекономічних відносин. В сучасних умовах найпопулярнішими та високоприбутковими різновидами ЗЕД підприємств є експортно-імпортна діяльність, яка займає найбільшу частку в структурі всіх зовнішньоекономічних операцій підприємств та допомагають підприємствам вирішувати низку важливих питань, які пов'язані з їх конкурентостійкістю на ринку, а саме:

- зростання рівня рентабельності і прибутковості;
- зростання місткості ринку;
- збільшення обсягів продажу;
- підвищення якості товарів та послуг та ін.

Враховуючи важливість імпоротної діяльності для зростання конкурентоспроможності та прибутковості окремих підприємств, і країни загалом, дослідження сутності економічної категорії «імпортна діяльність», надання комплексної й вичерпної класифікації різновидів імпоротної діяльності, а також визначення найбільш вагомих чинників впливу та оптимізації імпоротної діяльності підприємств задля уникнення негативних наслідків їх дії і стимулювання позитивних процесів на підприємствах за допомогою розпізнавання й управління факторами впливу - вагомий етап нашого дослідження.

На сьогодні одна з найновітніших економічних процедур, які беруть участь у дослідженні чинників дії і механізмів їх впливу на господарську діяльність підприємства та її окремі елементи - це етіологічна діагностика підприємницької діяльності. За допомогою здійснення економічних процедур, які базуються на етіологічній діагностиці, у суб'єктів підприємницької діяльності виникають можливості управляти кінцевими результатами своєї діяльності шляхом логічно обґрунтованого та структурованого визначення тих факторів, які будуть впливати на господарську діяльність підприємства та моделювання його комплексної та вичерпної типології [34, с. 11].

Зазначимо, що в сучасній спеціалізованій економічній літературі рідко зустрічається комплексна модель проведення процедур щодо етіологічної діагностики певних сфер підприємницької діяльності загалом та імпорتنих операцій зокрема. З урахуванням вищезазначених аргументів, виникла яскраво виражена необхідність визначення етіології поняття імпоротної діяльності та їх механізмів. Основною метою теоретичного дослідження імпоротної діяльності підприємства є визначення сутності поняття «імпортна діяльність підприємства», дослідження комплексної типології різновидів імпорتنих операцій, а також наведення класифікацій чинників, які впливають на ефективність та оптимізацію імпоротної діяльності підприємства.

Визначенню сутності економічної категорії «імпортна діяльність» присвячені праці багатьох дослідників, і з урахуванням того, що в економічній науці операція - це частина цілого процесу чи діяльності, зазначимо, що будь-яка зовнішньоекономічна операція - це частина такої ж діяльності, тобто імпортна операція - це складова імпоротної діяльності підприємства. Задля проведення комплексного й ґрунтовного дослідження разом із терміном «імпортна діяльність», яке тотожне змістовому наповненню економічної категорії «імпорт», далі потрібно розглянути сутність економічної категорії «імпортна операція», яка є основною складовою імпорту. Отже, сукупність взаємопов'язаних та послідовних імпорتنих операцій складає імпортну діяльність будь-якого підприємства.

Як стверджує В.Є. Навицький, «імпорт товарної продукції передбачає завезення на територію країни товарної маси за відповідно оформленою купівельною операцією із іншої країни для продажу і споживання продукції на теренах країни-імпортера» [36].

А. Г. Савченко трактує термін «імпорт» як «сукупність товарної продукції та продукції сервісного характеру, котрі країна-контрагент за попередньою домовленістю купує у країн, що виступають у ролі іноземних партнерів» [55].

О. В. Шкурупій під імпортом розуміє «процес, що передбачає купівлю продукції товарного та нетоварного характеру, виготовлену на території держави іноземного партнера для вжитку або подальшого продажу у територіальних межах країни-імпортера» [80].

К.Е. Решетняк стверджує, що імпорт - це «ввезення на територію імпортуєчої країни продукції, яка виготовлена чи підлягає реалізації на території країни-контрагента задля її використання або ж перепродажу. Також автором висунуте твердження про необхідність зараховування до імпорту також операцій із ввезення продукції з «приписних складів» й «вільних зон», а також операції реімпорту і товари, які перетинають кордон задля подальшого їх перероблення під контролем митних служб. До імпорту автор зараховує також і ту продукцію, що завезена «материнськими компаніями» ТНК їх «дочірнім компаніям» при умови, що вони обидві є локалізованими на території різних країн [53].

Також змістове наповнення терміну «імпортна операція» досліджують і удосконалюють інші науковці, зокрема, Н.М. Тюріна стверджує, що імпортні операції - це процес купівлі й перевезення товарів іноземного походження через митний кордон країни задля їх реалізації на національному ринку або ж власного споживання самим імпортером. Автор стверджує, що обов'язкова умова будь-якої імпортної операції - це її правове підтвердження шляхом укладання зовнішньоторговельної угоди [70].

На думку Є.С. Завадського, імпорتنі операції - це такий тип операцій, в процесі виконання яких суб'єкт із певної країни залучає із виплатою відповідної грошової компенсації продукції з іншої країни з обов'язковим ввезенням даної продукції на територію країни-імпортера, а сама операція передбачає можливість споживання цього товару суб'єктами різних видів діяльності, розміщених за кордоном [20].

Як стверджує А. Ключевська, імпортними операціями називається процес залучення продукції з-за кордону з виплатою встановленої обумовленої матеріальної винагороди і перетин цієї продукції кордонів країни задля внутрішнього використання її суб'єктами зовнішньоекономічних відносин на території країни-імпортера чи подальшого її перепродажу. Автор стверджує, що імпорتنі операції не можуть відбуватись без факту перетину продукції через митний кордон країни-імпортера після здійснення усіх необхідних процедур, визначених законодавчо [22].

Проведений аналіз літературних джерел дає змогу стверджувати, що сутність імпоротної операції - це основна складова терміну «імпортна діяльність», хоча часто авторами здійснюється ототожнення цих понять, що, на нашу думку, не зовсім вірно.

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» під імпортом розглядає купівлю товарів з метою отримання матеріальної винагороди українськими учасниками ЗЕД у зарубіжних суб'єктів ЗЕД без обов'язкового переміщення товарів через митний кордон країн [3]. Проте задля здійснення імпоротної діяльності Податковий кодекс України в якості обов'язкової умови визначає перетин «митного кордону України», що засвідчує відповідно оформлена вантажно-митна декларація, яка є причиною виникнення податкових зобов'язань.

Аналіз літературних джерел [11; 16; 24] дав змогу зробити висновок про існуючу розбіжність в законодавчій базі при визначенні сутності поняття «імпорт» згідно параметрів переміщення продукції через митний кордон країни. Враховуючи вищезазначене, логічним є припущення того, що імпорт

продукції все-таки передбачає перетин кордону, а наслідком цього є заповнення вантажно-митної декларації, що є невід'ємною складовою імпоротної діяльності суб'єкта господарювання.

У сучасній економічній літературі описані основні різновиди ЗЕД, а також наведена конструктивна та комплексна характеристика основних товарів та послуг ЗЕД із логічним поділом кожного з різновидів на окремі складові. В класифікаторі УКТЗЕД наведена типологія товарів ЗЕД з їх поділом на відповідні класи. Але зазначимо, що в наукових працях приділяється занадто мало уваги комплексній типології різних видів імпоротної діяльності підприємства. Деякі джерела наводять доволі узагальнену класифікацію, яка не містить достатньої кількості класифікаційних ознак даної економічної категорії.

Так, О.В. Шкурупій в своїй праці поділяє імпортні операції на прямі та непрямі [80]. Н.М. Тюріною експортно-імпортні операції групуються за методом їх виконання на такі, до яких застосовується прямий метод, й такі операції, які передбачають їх виконання непрямим методом [70]. Аналіз літературних джерел [70; 80] засвідчив необхідність формування комплексної та ґрунтовної різновидів імпоротної діяльності підприємства, яка надасть змогу класифікувати імпортні операції за багатьма типологічними ознаками.

Узагальнивши погляди багатьох науковців щодо трактування сутності поняття «імпортна діяльність», ми визначили, що імпортною діяльністю суб'єкта господарювання є низка взаємопов'язаних операцій, які передбачають купівлю товарів або послуг суб'єктами підприємницької діяльності в контрагента з-за кордону із обов'язковим переміщенням продукції через митний кордон задля надання у володіння даної продукції суб'єкту країни-імпортера. Поряд із цим, термін «імпортна операція» передбачає виконання сукупності взаємопов'язаних дій, які здійснюються суб'єктом однієї країни шляхом одноразової купівлі товарів у резидента іншої країни з метою їх подальшого використання чи реалізації задля отримання

прибутку; імпортна операція - основний складовий елемент імпоротної діяльності суб'єкта господарювання.

Проведене дослідження дало нам змогу виділити наступні ключові класифікаційні ознаки і систематизувати основні види імпоротної діяльності наступним чином:

1. За кількістю посередників, які беруть участь в процесі поставки товарів (послуг, капіталу) кінцевому споживачу, імпортна діяльність класифікується на такі види, як на пряма та непряма. Прямий імпорт - це передавання товарів, робіт або послуг в безпосереднє використання споживачеві, а непрямий імпорт передбачає наявність одного чи більше посередників, які беруть участь в процесі реалізації продукції, що імпортується.

2. За цільовим призначенням імпортна діяльність може бути одноцільовою та багатоцільовою. Одноцільова імпортна діяльність сприяє досягненню однієї конкретної мети (реалізація товарів, які не виробляються на території країни-імпортера тощо). Мета багатоцільового імпорту полягає у забезпеченні виконання декількох цілей: зростання рентабельності, обсягів продажу, конкурентоспроможності підприємства й залучення нових покупців, збільшення номенклатурної бази товарів та ін.

3. За об'єктом імпортованого продукту можна виділити імпорт товарів, імпорт послуг, робіт, капіталу, інвестицій, інтелекту, трудових ресурсів та ін.

4. За витратністю поставки імпортна операція може бути безвитратною (умови поставки передбачають витрати на поставку лише з боку продавця (витрати на здійснення поставок включено до первинної ціни продукції, і також відповідальність за збереження цілісності цього товару в процесі її поставки повністю перекладається на закордонного партнера-продавця)), частково витратною (умови, які передбачають витрати продавця та споживача продукції, що імпортується), повністю витратною (витрати на здійснення поставки та відповідальність за імпортовану продукцію лягають на імпортера продукції).

5. За прибутковістю (пріоритетністю) імпоротної діяльності імпортна операція може бути основною чи другорядною; таку класифікацію застосовують до тих підприємств, які імпортують більше одного найменування продукції (товарів, послуг).

6. За регулярністю виділяють нерегулярні імпортні операції (здійснюються через нерегулярні проміжки часу) та регулярні (вони характеризуються відносно стабільним часовим лагом між імпортними операціями) [72, с. 16].

7. За масштабністю виділяється імпорт незначних партій товару (партій товару, який за своєю сукупною вартістю і кількістю не підлягають сплаті мита) та великих партій товару (послуг).

8. За асортиментом виділяють імпорт одного найменування продукції або ж великої кількості найменувань продукції.

9. За характером попиту на товари виділяють імпорт сезонного попиту, домашнього використання та ін.

10. За кінцевою метою імпорту виокремлюється імпорт кінцевого використання у країні-імпортері, імпорт задля продажу в інші країни, а також імпорт з метою реімпорту, який передбачає подальше повернення продукції, що була раніше ввезена в країну-експортера.

11. За передовою характеристикою виділимо імпорт, який орієнтований на якісні характеристики товару, а також імпорт, орієнтований на кількість продажів та ін.

12. За кількістю імпортних операцій можна виділити одноразовий імпорт (який складається з однієї імпоротної операції, яка буде здійснюватись одноразово) та багаторазовий імпорт (тобто постійний).

За результатами аналізу літературних джерел [68; 73] далі наведемо комплексну типологію факторів, які впливають на імпортну діяльність суб'єктів господарювання, вивчення яких дозволило нам сформулювати наступні класифікаційні ознаки імпоротної діяльності суб'єктів господарювання (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Класифікаційні ознаки імпоротної діяльності підприємства
[Складено автором на основі 68; 73]

Також варто зазначити, що важливим елементом, що характеризує всі класифікаційні ознаки імпоротної діяльності, є критерій. Вважаємо за доцільне окремо зупинитися на критерії ефективності (а саме - ступені зростання доходу від здійснення зовнішньоторговельної операції).

Незважаючи на те, що розроблена теорія аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності має систему показників і на її основі міністерствами і відомствами застосовувалися методики аналізу зовнішньоекономічної діяльності, наріжний її камінь - питання про критерії ефективності - залишався дискусійним аж до початку економічних реформ [21, с. 20].

Перш ніж перейти до дослідження методичних підходів до здійснення економічної оцінки та визначення ефективності імпорتنих операцій на підприємствах, зазначимо, що в умовах планової економіки подібні визначення критерію ефективності зовнішньоекономічної діяльності мали обґрунтування, оскільки відображали зміст зовнішньоекономічної діяльності, монополізованої державою. З появою ринкових відносин в економіці і повної лібералізації зовнішньоекономічної діяльності виникла об'єктивна необхідність розробки прикладної методики визначення ефективності зовнішньоекономічних угод на всіх рівнях управління.

Таким чином, зазначимо, що сукупність укладених і виконаних фірмою-імпортером імпорتنих операцій є формою здійснення в реальному житті зовнішньоекономічної діяльності та опосередкування зовнішньоекономічних зв'язків на мікроекономічному рівні. В економічній літературі аналізу на ефективність піддавалися зовнішньоекономічна діяльність і зовнішньоекономічні зв'язки на різних управлінських рівнях, народного господарства в цілому, галузі та підприємства.

1.2 Методичні підходи до здійснення економічної оцінки та визначення ефективності імпорتنих операцій на підприємствах

Ефективність будь-якої комерційної діяльності характеризується результативністю комерційних операцій і визначається як сума доходів або прибутку, які співвідносяться з обсягом залучених ресурсів або витрат. Але в роботі компанії часто складно виділити ефективність комерційних операцій, саме тому доцільно оцінювати їх по ряду певних, специфічних показників, які найбільш повно відображають успіхи в комерційній діяльності, ніж загальні показники.

Під ефективністю імпорتنих операцій в узагальненому вигляді розуміють співвідношення сукупності затрат і доходів від імпоротної діяльності. Аналіз економічної ефективності імпорتنих операцій проводять для того, щоб обґрунтувати пропозиції про купівлю товарів, оцінити структуру, що склалася, напрямки зовнішньоторгового обороту підприємства [75, с. 47]. Закономірним відбиттям наявного загального існування концепцій оцінки ефективності діяльності в сфері ЗЕД є виникнення та поширення різних підходів до визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності, серед яких слід відзначити такі: витратний, балансовий, порівняльний, індикаторний, збалансованої оцінки (табл. 1.1).

На думку авторів, основним джерелом виникнення відмінностей між зазначеними підходами, поряд з розбіжностями в складі відповідних результатів і витрат, виступає повнота охоплення предметної сфери формування ефективності зовнішньоекономічної діяльності. З іншого боку, характерною особливістю, притаманним різним концепціям визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності, слід вважати певну спеціальність загальної методичної основи процесу оцінювання, що обов'язково має враховувати існуючі відмінності в умовах здійснення господарської діяльності на внутрішньому та зарубіжних ринках, а також

вплив, який надає комплекс чинників митного, валютного та іншого характеру на ефективність зовнішньоекономічної операцій.

Таблиця 1.1. Характеристика підходів до оцінки ефективності імпорتنних операцій підприємства

Назва підходу	Зміст підходу	Показники ефективності
Витратний (Т. Л. Парова [41])	Співвідношення еквіваленту валютних надходжень від ЗЕД та витрат підприємства на збут імпоротної продукції	Абсолютна ефективність ЗЕД
		Ефективність використання виробничих та оборотних фондів при ЗЕД
		Рентабельність зовнішньоекономічних операцій
		Інтегральний ефект зовнішньоекономічної діяльності
Балансовий (С. Пілецька [42])	Співвідношення обсягів економії витрат на виробництво експортної продукції та економії від імпорту	Бюджетна ефективність ЗЕД
		Співвідношення показників оцінки можливостей експорту і потреби в імпорті ресурсів
		Коефіцієнт технологічності
		Валютна ефективність ЗЕД
		Індекс валютної виручки на одиницю продукції
		Індекс структурних зрушень
Порівняльний (А. Ключевська) [22]	Ступінь збільшення доходу підприємства при здійсненні ЗЕД, що визначається на основі порівняння показників ефективності імпорتنних операцій з відповідними параметрами ефективності проведення аналогічних операцій на внутрішньому ринку	Індекс умов торгівлі
		Базовий коефіцієнт ефективності ЗЕД
		Альтернативний коефіцієнт ефективності ЗЕД
		Частка імпорту в загальному обсязі продаж
		Прибутковість ЗЕД
		Стійкість позицій підприємства на зовнішньому ринку
Індикаторний (О. Мельник, Ю. Логвіненко [32])	Побудова матричної моделі, в рамках якої здійснюється узагальнення індикаторів абсолютного характеру з урахуванням встановлених норм і нормативів	Динаміка експортних поставок
		Система локальних та інтегральних показників оцінки ефективності ЗЕД, склад якої визначається залежно від встановлених діагностичних цілей на основі узагальнення матриці різних груп індикаторів
Збалансованої оцінки [40])	Виходить з пріоритетності цілей імпоротної діяльності, що описуються комплексом показників, які дозволяють оцінити ефективність як міру наближення в ході виконання певних функцій до бажаного результату	Система показників функціонування та розвитку підприємства, згрупованих за напрямками, що відбивають пріоритети стратегічного і поточного планування імпоротної діяльності

[Складено автором на основі 22; 32; 40; 41; 42]

Основною метою проведення аналізу міжнародних комерційних операцій підприємства є підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства і пошук її резервів.

Аналіз проводиться не тільки з метою констатації фактів і оцінювання досягнутих результатів, а й для виявлення недоліків, помилок та оперативного впливу на процес зовнішньоекономічної діяльності.

Ефективність є відображенням результативності функціонування економічної системи, що визначається співвідношенням отриманого економічного ефекту та витрат ресурсів, які обумовили досягнення такого ефекту, з урахуванням міри досягнення поставлених цілей, стратегічних пріоритетів, функціонального розмаїття системи та ін. [13, с. 23].

Для повнішої характеристики роботи підприємства на зовнішньому ринку необхідно розрахувати такі показники:

а) частка сум контрактів, прострочених у звітному періоді (Іп.к.):

$$\text{Іп.к.} = \frac{K_{\text{п}}}{K_{\text{в}}} * 100\%, \quad (1.1),$$

де $K_{\text{п}}$ – сума контрактів, прострочених протягом року;

$K_{\text{в}}$ – сума контрактів, що підлягають виконанню у звітному році.

б) коефіцієнт виконання зобов'язань за вартістю (Кварт):

$$\text{Кварт} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i\text{ф}} * P_{i\text{ф}}}{\sum_{i=1}^n Q_{i\text{п}} * P_{i\text{п}}} \quad (1.2),$$

де $P_{i\text{ф}}$ та $Q_{i\text{ф}}$ – фактичні ціни і кількість товару i ;

$P_{i\text{п}}$ та $Q_{i\text{п}}$ – планові ціни і кількість товару i ;

n – кількість товару [15, с. 87].

в) коефіцієнт виконання зобов'язань за фізичним обсягом (Кфіз.об.):

$$K_{\text{фіз.об}} = \frac{\sum_{n=1}^n Q_{i\phi} * P_{i\pi}}{\sum_{n=1}^n Q_{i\pi} * P_{i\pi}} \quad (1.3),$$

де $Q_{i\phi}$ – фактична кількість обсягу;

$P_{i\pi}$ та $Q_{i\pi}$ – планові ціни і кількість товару i ;

n – кількість товару.

г) коефіцієнт виконання зобов'язань за ціною (Кціна):

$$K_{\text{ціна}} = \frac{\sum_{n=1}^n Q_{i\phi} * P_{i\phi}}{\sum_{n=1}^n Q_{i\phi} * P_{i\pi}} \quad (1.4),$$

де $P_{i\phi}$ та $Q_{i\phi}$ – фактичні ціни і кількість товару i ;

$P_{i\pi}$ – планова ціна товару;

n – кількість товару [13, с. 22].

Щоб визначити ефективність імпорتنих операцій підприємства, важливо знати валютну ефективність імпорту. Показник валютної ефективності імпорتنих операцій насамперед характеризує купівельну силу валюти, її курс [29, с.82-83].

Валютна ефективність імпорту (Ев.е.) розраховується за формулою:

$$K_{\text{в.і.}} = \frac{\sum_{m=1}^m C_{\text{в.е.}} * Q_{\text{е}}}{\sum_{m=1}^m B_{\text{е}} * Q_{\text{е}}} \quad (1.5),$$

де $C_{\text{в.і.}}$ – валютна ціна i -того імпортного товару (послуги), вал.од./од.;

$Q_{\text{е}}$ – обсяг імпорту i -того товару (послуги), натур.од.;

Be – витрати на реалізацію одиниці i -того імпортного товару (послуги), грн./од.;

m – кількість назв імпортних товарів (послуг) [32, с. 128].

Щоб оцінити вигідність імпоротної операції підприємства, необхідно порівняти дані показників (коефіцієнтів) з певною базою, оскільки самі по собі вони про це не свідчать. Базою порівняння, як правило, є валютний курс. Якщо коефіцієнт валютної ефективності перевищує значення курсу валюти, то зовнішньоторговельна діяльність вважається ефективною. При цьому базою порівняння для валютної ефективності слід використовувати обернений курс обміну (непряме котирування) [53, с. 18].

Показники, які характеризують ступінь вигідності для підприємства імпортних операцій, доцільно розраховувати перед укладанням зовнішньоторговельних угод, при плануванні зовнішньоторговельної діяльності, а також з метою оцінювання ефективності імпортних операцій за попередній період.

Для загальної характеристики імпоротної діяльності підприємства використовуються такі показники: ефективність імпорту, рентабельність імпорту, економічний ефект імпорту.

1. Ефективність імпорту підприємств ($E_{ef.i}$) розраховується за формулою:

$$E_{ef.i} = \frac{ЧВ}{ОП}, \quad (1.6),$$

де $ЧВ$ – чистий виторг за імпортний товар у гривні;

$$ЧВ = (B * K_p) - D_v - M_P \quad (1.7),$$

де B – виторг за імпортний товар (надані послуги);

K_p – діючий ринковий курс іноземної валюти до гривні;

D_v – додаткові витрати в середині країни, пов'язані з імпортом товару (послуги);

МП – митні платежі;

ОП – обсяг продажу за імпортом, грн. [45, с. 17].

Показник ефективності імпорту свідчить, наскільки ефективно підприємство проводить свою зовнішньоекономічну діяльність, а також про частку виторгу в загальному обсязі.

Якщо цей показник буде більшим за одиницю і вищим, ніж показник ефективності реалізації вітчизняної продукції, тоді реалізація імпортних товарів буде вигіднішою.

2. Рентабельність імпорту (Р) розраховують за формулою:

$$P_i = \frac{H_i}{C_i} * 100\%, \quad (1.8),$$

де H_i – гривневі надходження від імпорту, грн.;

C_e – собівартість імпортного товару.

Цей показник демонструє суму доходу від реалізації імпортних товарів, що припадає на кожну витрачену фірмою гривню.

Наведені показники ефективності імпорту необхідно порівняти з аналогічними показниками за минулий період, що дасть змогу встановити, як змінилася ефективність реалізації імпортних товарів у звітному періоді порівняно з минулим [53, с. 18].

3. Економічний ефект імпорту (Е ек.п.) розраховується за формулою:

$$E_{\text{ім.п.}} = V_{\text{ім.т.}} - V_{\text{ім.в.}} \quad (1.9),$$

де $V_{\text{ім.т.}}$ – виручка від імпорту товару, грн.;

$V_{\text{ім.в.}}$ – загальні витрати підприємства на імпорт товару, грн.;

Якщо $E_{im.p}$ є позитивною величиною, то імпорт продукції економічно вигідний, а тому потрібно шукати можливості для його збільшення з урахуванням досягнутого рівня виробництва [68, с. 110].

Для аналізу окремих імпортних операцій науковцями розроблений потужний апарат фінансового аналізу. Згідно з принципами фінансового аналізу, будь-яка торговельна угода, в тому числі зовнішньоекономічна, є об'єктом інвестицій капіталу, і тому може бути піддана оцінці на ефективність за допомогою одного або декількох основних методів, а саме:

- за методом окупності;
- за методом розрахунку коефіцієнта рентабельності;
- за методом чистої приведеної вартості;
- за методом аналізу внутрішньої норми прибутковості (або норми прибутковості дисконтованого потоку грошових коштів);
- за методом розрахунку рівня коефіцієнта «вигоди-витрати» [42, с. 72].

Зовнішньоекономічна угода буде вважатися ефективною, якщо при аналізі за одним із зазначених методів буде дотриманий критерій ефективності, справедливий для зазначеного методу.

Наприклад, при аналізі угоди на предмет її ефективності за методом окупності витрат на проект повинні бути компенсовані протягом періоду окупності - розумного періоду часу для такого роду угод. Метод окупності застосовується, в основному, при аналізі довгострокових проектів.

При аналізі за методом рентабельності (або бухгалтерської рентабельності) проект буде вважатися ефективним, якщо рівень коефіцієнту рентабельності, тобто відношення бухгалтерського прибутку від угоди до інвестицій, порівняний з середньою нормою рентабельності в даній галузі або з нормою рентабельності конкурентів. Даний метод найбільш широко поширений при аналізі короткострокових операцій.

Аналіз ефективності будь-яких проектів за методом чистої приведеної вартості ґрунтується на понятті приведеної вартості, яка обчислюється за формулою:

$$PV = \text{коефіцієнт дисконтування} \times C_1, \quad (1.10),$$

де PV- приведена вартість,

C_1 - очікуваний дохід.

Коефіцієнт дисконтування в даному випадку є нормою прибутковості порівнянних (аналогічних) інвестицій, або, як його називають в економічній літературі, ставкою дисконту, граничною нормою прибутковості або альтернативними витратами капіталу [45, с. 20].

Економічний зміст приведеної вартості полягає в тому, що її значення є реальною сьогоднішньою вартістю об'єкта інвестицій за умови адекватного вибору рівня альтернативних витрат.

Тому вирахуванням з наведеної вартості суми необхідних інвестицій ми знайдемо значення чистої приведеної вартості:

$$NPV = PV - \text{інвестиції}, \quad (1.11),$$

де NPV - чиста приведена вартість,

PV - приведена вартість,

інвестиції - сума витрат на здійснення міжнародних комерційних операцій.

Згідно так званого правила чистої приведеної вартості, інвестиції будуть ефективними, якщо їх чиста приведена вартість позитивна, тобто більше нуля [46, с. 13].

Зміст поняття ефективності, крім критерію ефективності, має загальну підставу: угода ефективна, якщо сьогоднішня ціна інвестицій в неї нижча або

дорівнює приведеній вартості очікуваних грошових надходжень від продажів об'єкта угоди, тобто справедливою є нерівність:

$$0 \leq NPV \leq 1, \quad (1.13),$$

де NPV - чиста приведена вартість.

Якщо чиста приведена вартість проекту нижче нуля, це означає, що може мати місце приріст оборотного капіталу в результаті купівлі-продажу об'єкту контракту, але він буде менше, ніж приріст оборотного капіталу в результаті альтернативних витрат.

При аналізі угоди за методом внутрішньої норми прибутковості, за інших рівних умов, вважаються ефективними угоди, внутрішня норма прибутковості яких перевищує альтернативні витрати. Під внутрішньою нормою прибутковості в даному методі розуміється ставка дисконту, при якій чиста приведена вартість проекту дорівнює нулю [55, с. 82]:

$$\text{Норма прибутковості} = \text{потік грошових коштів} / \text{інвестиції} \quad (1.14),$$

або

$$\text{Норма прибутковості} = \text{прибуток} / \text{інвестиції} \quad (1.15),$$

Зв'язок чистої приведеної вартості і норми прибутковості виражається рівнянням (63, с. 82):

$$NPV = C_0 + C_1 / (1 + \text{ставка дисконту}) = 0, \quad (1.16),$$

де C_0 - інвестиції;

C_1 - обсяг продажів за контрактом;

NPV - чиста приведена вартість.

При розрахунку рівня коефіцієнта «вигоди-витрати» міжнародна комерційна операція буде вважатися ефективною, якщо значення коефіцієнта більше одиниці: «Згідно з методом рентабельності, ми приймаємо всі проекти, коефіцієнти рентабельності яких більше 1» [42, с. 72].

Під коефіцієнтом «вигоди-витрати» або коефіцієнтом рентабельності розуміється відношення приведеної вартості майбутніх грошових надходжень до суми початкових інвестицій в угоду. Зрозуміло, що даний коефіцієнт рентабельності за своїм економічним змістом відмінний від звичайного коефіцієнту рентабельності.

Метод аналізу ефективності проектів за чистою приведеною вартістю, за внутрішньою нормою прибутковості і за коефіцієнтом «вигоди - витрати» застосовується для аналізу довгострокових проектів, тобто операцій, комерційний цикл яких триває більше одного року. Таким чином, ми можемо припустити, що критерій ефективності зовнішньоекономічної угоди визначається методом аналізу її ефективності. Вибір методу аналізу залежить від сукупності факторів, що визначають ефективність угоди. Для прийняття рішення про вибір методу аналізу імпорتنих операцій необхідно розглянути визначальні фактори його ефективності.

Наведені показники оцінки ефективності імпорتنих операцій відомі в економічній науці і практиці. В цілому викладена методика, на наш погляд, дозволяє всебічно і об'єктивно оцінити діяльність суб'єктів господарювання у зовнішньоекономічній сфері, визначивши основні напрямки підвищення ефективності імпорتنих операцій господарюючого суб'єкта.

Висновки до розділу 1

Дослідження теоретичних основ організації імпорتنих операцій на підприємстві дало змогу визначити етімологію та сутність економічного терміну «імпортна діяльність», а також сформулювати вичерпну та комплексну класифікацію видів імпоротної діяльності з метою аналізу

найбільш вагомих чинників впливу на ефективність імпоротної діяльності підприємств для уникнення негативних наслідків їх дії і стимулювання позитивних процесів за допомогою розпізнавання й управління цими факторами впливу. Було визначено, що імпортна операція - це певна сукупність взаємопов'язаних дій, які здійснює суб'єкт однієї країни при одноразовій купівлі продукції в резидента іншої країни з метою її подальшого використання чи реалізації задля одержання прибутків. Імпортними операціями ми назвали процес залучення продукції з-за кордону з виплатою встановленої суми матеріальної винагороди й перетином цієї продукції кордону країни для її внутрішнього використання суб'єктами зовнішньоекономічних відносин на території країни-імпортера чи її подальшого перепродажу. Імпоротною діяльністю підприємства є низка взаємопов'язаних операцій з купівлі товарів та послуг суб'єктами підприємницької діяльності однієї країни у контрагентів із-за кордону із обов'язковим переміщенням цієї продукції через митний кордон для наступного надання у володіння цієї продукції суб'єкту країни-імпортера.

Під ефективністю імпортних операцій в загальному вигляді розуміється співвідношення сукупності затрат та доходів від імпоротної діяльності. Аналіз економічної ефективності імпортних операцій проводять для того, щоб обґрунтувати пропозиції про купівлю товарів, оцінити структуру, яка склалась, напрямки зовнішньоторгового обороту підприємства. У свою чергу, ефективність - це відображення результативності функціонування економічної системи, яка визначається співвідношенням отриманого економічного ефекту та витрат ресурсів, що обумовили досягнення цього ефекту, з урахуванням міри досягнення поставлених цілей, а також стратегічних пріоритетів та функціонального розмаїття системи тощо.

Більшість авторів схиляється до думки, що критерієм ефективності зовнішньої торгівлі слід вважати співвідношення витрат і результатів. Однак, на нашу думку, зазначений критерій взагалі непридатний в умовах мікроекономічного аналізу ефективності імпортних операцій. Фірма-імпортер

не братиме економію народногосподарських витрат до уваги при наявності попиту на імпортований товар і можливості отримати значний дохід від угоди з імпорту. Також існують особливості розрахунку ефективності імпорту в залежності від імпортованого товару. Так, якщо проект є короткостроковий, а імпортований товар одразу продається, то варто використовувати метод окупності або метод розрахунку коефіцієнта рентабельності. У випадку, якщо проект довгостроковий, а імпортується обладнання, інші виробничі потужності або ж сировина, то ефективність доцільніше розраховувати з використанням таких методів, як метод чистої приведеної вартості або метод аналізу внутрішньої норми прибутковості (або норми прибутковості дисконтованого потоку грошових коштів). Проте в обох випадках можливим є використання методу розрахунку рівня коефіцієнта «вигоди-витрати».

Показники, що характеризують ступінь вигідності підприємству імпортованих операцій, необхідно розраховувати перед укладанням зовнішньоторговельної угоди, при плануванні ЗЕД, а також задля оцінки ефективності імпортованих операцій за попередній період. Зміст поняття ефективності, крім критерію ефективності, має загальну підставу: угода ефективна, якщо сьогоднішня ціна інвестицій в неї нижча або дорівнює приведеній вартості очікуваних грошових надходжень від продажів об'єкта угоди.

Тому наступні наші наукові розвідки присвячено саме дослідженню сучасного стану ЗЕД ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» та аналізу його імпортованих операцій.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «КИЇВСЬКА ШКАРПЕТКОВА ФАБРИКА»

2.1. Загальна характеристика діяльності компанії та її імпорتنих операцій

Товариство з обмеженою відповідальністю «Київська шкарпеткова фабрика» - підприємство України, яке здійснює текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів. Основним видом економічної діяльності є виробництво панчішно-шкарпеткових виробів. Підприємство було застовано у 2013 р.

Керівництво підприємством здійснює директор, а організаційна структура є лінійною (рис. 2.1).

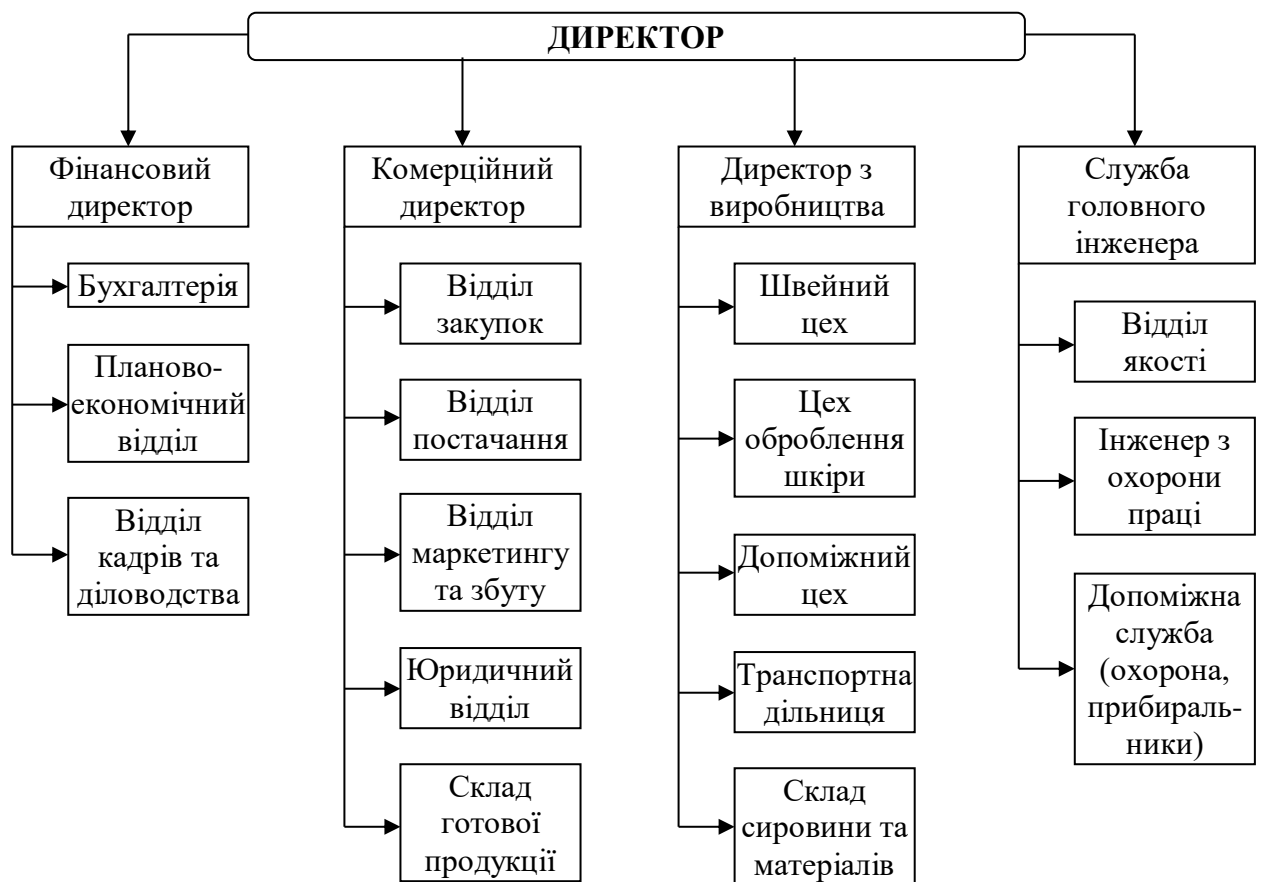


Рис. 2.1. Організаційна структура дослідженого підприємства

[Складено автором]

У прямому підпорядкуванні директора знаходиться:

- фінансовий директор (головний бухгалтер), який відповідає за належну організацію бухгалтерського обліку на підприємстві, роботу планово-економічного відділу, а також відділу кадрів та діловодства;

- комерційний директор, який відповідає за організацію комерційної діяльності підприємства - організація закупівель сировини, матеріалів та обладнання, інших витратних матеріалів для забезпечення безперебійного виробництва, збут готової продукції (дослідження ринків збуту, формування баз даних постачальників та покупців, налагодження з ними співпраці, оформлення договорів на придбання сировини, матеріалів, обладнання та продаж готової продукції. Також у його підпорядкуванні знаходиться юридичний відділ, у складі якого є митний брокер, а також склад готової продукції. Також варто зазначити, що складське господарство представлене 2-ма складами, причому склад готової продукції знаходиться у підпорядкуванні комерційного директора, а склад сировини, матеріалів, запчастин та обладнання - у підпорядкуванні директора з виробництва. Така децентралізація складського господарства була зроблена з метою підвищення ефективності логістичних процесів та забезпечення безперебійного постачання сировини та матеріалів для виробництва, а також вчасного відвантаження готової продукції покупцям;

- директор з виробництва здійснює контроль усього виробничого процесу, відповідає за безперебійне виробництво текстильних виробів, виробів зі шкіри; у його підпорядкуванні знаходиться транспортна дільниця;

- служба головного інженера, що відповідає за організацію праці на підприємстві, дотримання правил безпеки, а також контроль якості готової продукції.

В таблиці 2.1 наведемо обсяги реалізації продукції за товарною структурою.

Таблиця 2.1. Динаміка обсягів реалізації основних видів продукції
ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2015-2017 рр., тис. грн.

Показники	Роки			Відхилення			
				абс.		темп приросту, %	
	2015	2016	2017	2016/ 2015	2017/ 2016	2016/ 2015	2017/ 2016
Обсяг реалізації, разом, у т.ч.:	5202	7966	10145	2764	2179	53,1	27,4
текстильні вироби	3102	4719	6210	1617	1491	52,1	31,6
Одяг	798	1183	1402	385	219	48,2	18,5
Шкіра	514	818	992	304	174	59,1	21,3
вироби зі шкіри	217	440	518	223	78	102,8	17,7
інша продукція	497	697	700	200	3	40,2	0,4
Послуги	74	109	323	35	214	47,3	196,3

[Складено автором]

Як бачимо, найбільше підприємство реалізовує текстильних виробів (рис. 2.1), обсяг реалізації яких зріс у 2016-2017 рр. на 1617 та 1491 відповідно.

Найменше підприємством реалізовується послуг, які вони надають іншим підприємствам, які працюють в текстильній промисловості.

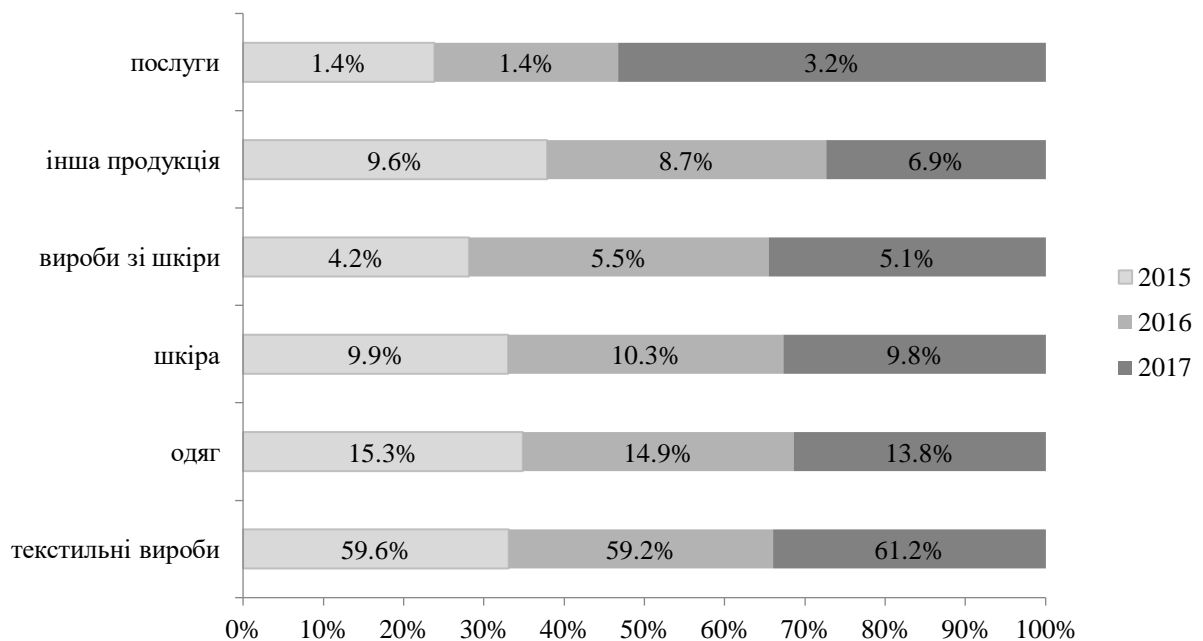


Рис. 2.2. Структура реалізованої продукції ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» за видами у 2016-2017 рр., %

[Складено автором на основі таблиці 2.1]

Вироблену продукцію підприємство реалізує як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках збуту, здійснюючи експортні операції. Імпортні операції, які здійснює підприємство, здійснюються з метою:

1) імпорту обладнання для виробництва продукції (частина обладнання закуповується в Україні, а також запасні частини для нього, а також імпортується з Польщі, Білорусії, Німеччини та Китаю (раніше здійснювався імпорт обладнання з Росії, проте станом на кінець 2017 р. підприємство не здійснювало імпорту з Росії, що зумовлено складними політичними відносинами України та РФ, проблемами замитнення, розмитнення та доставки обладнання, яке займало багато часу порівняно з попередніми роками та створювали ризики переривання виробничого процесу через невчасну поставку обладнання). Так, у 2015-2017 рр. підприємством було імпортоване наступне обладнання:

- панчішко-шкарпеткове обладнання (укупувальні автомати, терморегулятори, модулі педальні, турбокомпресори, панчішно-шкарпеткові автомати);

- обладнання для виробництва шкіри та виробів зі шкіри (дискові розкрійні ножі, набірне кліше для тиснення шкіри, машина для загинання країв шкіри).

2) імпорту сировини для виробництва текстильної продукції (імпортується бавовна та нейлон з Китаю для виробництва текстильних виробів).

Міжнародні імпортні операції ґрунтуються на обміні комерційними формами між сторонами. У міжнародних угодах договір купівлі-продажу передбачає укладення сторонами ряду додаткових угод з банками, транспортними і страховими компаніями, також представлених у вигляді стандартних документів. Далі наведемо послідовність дій в рамках імпортової угоди:

1. Маркетинг. Як правило, експортер пропонує і рекламує свої товари на торгово-промислових виставках або шляхом поширення своїх каталогів, і / або через Інтернет. Після цього він отримує запит від імпортера з проханням вказати ціну на певну кількість товарів конкретного якості. Запит ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», як правило, приходить на бланку, який іменується RFQ (request for quote, запит ціни) або RFP (request for proposal).

2. Оферта. На даному етапі поряд із зазначенням ціни експортер формує повну договірну пропозицію. Загальноприйнятою практикою є напрямок експортером рахунку-проформи - документа, в якому вказуються основні умови купівлі-продажу, включаючи ціну, умови поставки і оплати. Альтернативний шлях до укладення міжнародного договору купівлі-продажу - це наявна у експортера або імпортера можливість зробити пропозицію на бланку, використовуючи форму Особливих умов Типового договору ІСС міжнародної купівлі-продажу. Типовий контракт ІСС міжнародної купівлі-продажу складається з двох частин і, якщо сторони використовують першу частину (форму, звану «Особливі умови», яка аналогічна рахунком-проформу або замовлення на поставку), то передбачається, що вони мають намір використовувати також і Загальні умови.

3. Акцепт. Відповідно до права, договір вважається укладеним після того, як пропозиція продавця однозначно акцептовано покупцем. Акцепт міститься в зробленому ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» замовленні на поставку, що вказує на згоду до цін і умов, що містяться в рахунку-проформі. Слід зазначити, що в угодах замовленням на поставку є форма основного договору, що представляє собою пропозицію. У таких випадках акцептом є підтвердження такого замовлення на поставку продавцем.

4. Умови оплати. Оскільки ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» працює із постачальниками сировини та обладнання не перший рік, умовами оплати зазвичай є наступні: авансовий платіж у розмірі 15% від вартості імпортової операції при укладанні контракту на імпорт, залишок суми -

протягом 5 днів після повідомлення імпортера про готовність поставити продукцію за умовами договору про імпорт.

В таблиці 2.3 розглянемо послідовність виконання зовнішньоекономічного контракту ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика».

Таблиця 2.3. Послідовність виконання зовнішньоторговельного контракту ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика»

Стадія виконання ЗТК			Термін виконання кожної стадії	
1	2	3	4	5
№ з/п	Назва етапу	Назва документів, що забезпечують виконання кожної стадії	Відповідно до умов ЗТК	Фактичний
1	Ознайомлення з комерційними пропозиціями виробників та постачальників	Оферта Акцепт	-	1 тиждень
2	Визначення постачальника	Конкурентний лист	-	2 дні
3	Укладання ЗТК	ЗТК, специфікація	-	3 дні
4	Повідомлення продавця про готовність відвантажити продукцію	Лист-повідомлення, ЗТК	За 1 тиждень до дати, визначеної у ЗТК	За 5 робочих днів
5	Повідомлення продавця про відвантаження продукції	Лист	Протягом 24 годин після відвантаження	Протягом 12 годин після відвантаження
6	Оплата продукції покупцем	Платіжне доручення, ЗТК	50% вартості відвантаженого товару - проти надання банку відвантажувальних документів; 50% вартості відвантаженого товару - протягом 7 днів з дати відповідного бортового коносаменту	Згідно вимог ЗТК
7	Відвантаження продукції у визначеному місці	ЗТК	У визначений ЗТК термін	У визначений ЗТК термін
8	Отримання супровідних документів від продавця	Сертифікати, гарантійні документи, ЗТК	Після відвантаження продукції	Під час відвантаження продукції

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5
9	Підписання акту приймання-передачі товару	Акт приймання-передачі, ЗТК	Після відвантаження продукції	Після відвантаження продукції
10	Розмитнення продукції	Митний Кодекс	-	-
11	Транспортування продукції на склад	-	1 день	-

[Складено автором]

Таким чином, організація імпортерних операцій ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» проходить всі вищенаведені стадії.

В організаційній структурі підприємства, проте, немає окремого структурного підрозділу, який здійснює планування та контроль імпортерних операцій, адже ці обов'язки виконує відділ закупок. В складі цього відділу штатним розписом передбачено менеджера із закупок, який здійснює налагодження контактів із постачальниками обладнання та сировини. Для цього ним формується база постачальників, а також здійснюється постійне наповнення бази потенційних постачальників (табл. 2.4).

Таблиця 2.4. Основні експортери сировини та обладнання ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика»

Вид сировини, матеріалів чи комплектуючих	Назва постачальника	Частка в загальному обсязі, %	Альтернативні постачальники
1	2	3	4
Обладнання та запчастини	Dofama Thies Sp. z o.o. (Польща)	31	Marjol (Польща)
	IRLEN Lisiewicz Sp.j. (Польща)	13	Optimasz sc (Польща)
	Моготекс (Білорусь)	24	Leibrock Polska Maszyny i Materiały Sp. z oo (Польща)
	Ившвеймаш (Білорусь)	15	Завод Швейных машин (Білорусь)
	Blech-Tec GMBH (Німеччина)	6	Micromat Spannhdraulik GMBH (Німеччина)
	GMW Machines Gmbh (Німеччина)	3	Jiayu Kema Garments Co., LTD (Китай)
	Ningbo Uhoo Office Stationery Co., LTD. (Китай)	8	

Продовження табл. 2.4

1	2	3	4
Бавовна	Ningbo Win-Win Melange Yarn Co., Ltd. (Китай)	47	Galaxy Textile Group Corp Ltd (Китай)
	Dong Guan City BaiYi Textile Co.,Ltd. (Китай)	29	Weiqiao Textile Co Ltd (Китай)
	Sanyang Textile Co Ltd (Китай)	30	
Нейлон	ETC Investment Holding Ltd (Китай)	59	Xi'an Fumin Chemical Fibre Co Ltd (Китай)
	Guangdong Baihua Technology Co.,ltd (Китай)	41	Zhangjiagang Huaxiang Co.,ltd. (Китай)

[Складено автором]

Як бачимо, підприємство має основних постачальників, з якими заключає договори поставки різних видів продукції. Також підприємство має альтернативних постачальників, які зможуть постачати підприємству продукцію за форс-мажорних обставин або при зміні цінової політики основних постачальників.

Також при виборі постачальника підприємство розробляє конкурентні листи, які надають змогу обрати саме того постачальника, який пропонує кращі умови (ціна, якість, доставка тощо). Конкурентний лист - розрахунок цін у табличній формі - дозволяє зіставити технічні характеристики товару та комерційні умови майбутньої угоди з двома або кількома конкурентними матеріалами. Конкурентний лист допомагає правильно вибрати ту фірму, яка за інших рівних умов поставляє товар з кращими комерційними та техніко-економічними показниками - за якістю, ціною, термінами поставки, умовами платежу, гарантії, арбітражу та ін. Для цього в конкурентний лист вносять всі необхідні дані, що характеризують техніко-економічні параметри товару, що замовляється; потім записують строки поставки, умови гарантії, штрафів, умови платежу та ін. Важливо також шляхом оцінки транспортних витрат враховувати географічні та пов'язані з ними інші фактори.

В таблиці 2.5 наведено конкурентний лист, складений у 2016 р. працівниками ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» на поставку сталевих кутів для роботи обладнання з виробництва шкіри з Польщі.

Таблиця 2.5. Конкурентний лист
Розрахунок імпортової ціни сталевих кута (125x244 мм)

№ пор.	Етапи приведення цін та зміст поправок, що вносяться	Спосіб приведення	Умови майбутнього контракту	Конкурентні матеріали					
				IRLEN Lisiewicz Sp.j.		Optimasz sc		Dofama Thies Sp. z o.o.	
				дані	поправки	дані	поправки	дані	поправки
0	Ціна в валюті		4,012	5,11 дол. США		4,33 EUR		4,72 дол. США	
	Вал. курс на момент складання		25,483477	25,483477		28,791232		25,483477	
1	Ціна в єдиній валюті	$C_1 = C_0 \cdot q_0$	\$	5,11		4,89		4,72	
2	Приведення за комерційними умовами								
2.1	Поправка на інфляцію, K1	$C_1 = C_0 \cdot I_1 / I_0$	0,238	5,42	+0,31	5,18	+0,29	5,00	+0,28
2.2	Поправки на базисні умови поставки, K2	транспортування, навантаження/розвантаження, імпортна очистка	DAT «ПМП Львів» +0,55	EXW Київ	+0,97	EXW Київ	+0,97	DAT «ПМП Львів»	+0,54
2.3	Поправки на умови платежів, K3	вартість кредиту	100% передплата	100% передплата	—	100% передплата	-	100% передплата	-
2.4	Поправки на кількість, K4	5–10%	500 шт. +0,25	500 шт.	-	1000 шт.	+0,26	1000 шт.	+0,24
2.5	Поправка на вторговування, K5	5%	контракт -0,25	пропозиція	-0,26	прейскурант	-0,24	контракт	-0,24
2.6	Сумарні поправки на комерційні умови, Kс	$K_c = K_1 + K_2 + K_3 + K_4 + K_5$	+0,788		+1,02		+1,28		+0,82
3	Приведена ціна за комерційними умовами	$C_k = C_1 + K_c$	4,8	6,13		6,17		5,54	
4	Поправка на технічні параметри, T1		0,442	цинковий	-0,27	цинковий сплав	-0,11	сталевий	+0,084
5	Приведена ціна за тех. умовами	$C_m = C_k + T_1$	5,242	5,86		6,06		5,624	
6	Середня ціна	5,848							
7	Мінімальна ціна	5,624							
8	Затверджена ціна	5,624							

[Складено автором]

Ціна в валюті: 4,012 – за умовами майбутнього контракту, інші – ціни, які пропонують виробники за одиницю своєї продукції.

Валютний курс – згідно офіційного курсу НБУ на момент складання конкурентного листа.

Ціна в єдиній валюті розрахована за курсом НБУ:

$$4,33 \text{ EUR} = 4,33 \times 28,791232 / 25,483477 = 4,89 \text{ дол. США.}$$

Поправка на інфляцію: на момент складання конкурентного листа рівень інфляції склав 6% (за даними Держстату України), тому початкова ціна виробників була скоригована на цей рівень:

$$1) 4,012 \times 1,06 = 4,25;$$

$$2) 5,11 \times 1,06 = 5,42;$$

$$3) 4,89 \times 1,06 = 5,18;$$

$$4) 4,72 \times 1,06 = 5,00.$$

Поправки на базисні умови поставки: в разі, якби підприємство самостійно здійснювали транспортування продукції, поправки на базисні умови поставки склали б 0, проте, згідно контракту, підприємству необхідно поставити продукцію на умовах DAT «ПМП Львів», проте 1 та 2 компанії поставляють продукцію на умовах EXW Київ, що збільшує вартість одиниці продукції на 0,97 дол. США (загальні витрати на транспортування та розвантаження / кількість одиниць в партії). Третя компанія згідна поставити продукцію на необхідних умовах (Львів), при цьому витрати будуть нижчими і складуть 0,54 дол. США / од. продукції.

Поправки на умови платежів не здійснювались, оскільки всі 3 компанії поставляють продукцію за попередньої її оплати, як і передбачено контрактом нашого підприємства.

Поправки на кількість складають 5-10%:

1) 1 компанія поставляє мінімальну партію в розмірі 500 шт., як і передбачено контрактом, тому в цьому випадку немає поправок на кількість;

2) 2 та 3 компанії поставляють мінімально партію з 1000 шт. продукції, проте компанії готові відправити меншу партію товару, проте ціна на продукцію зросте на 5% та складе:

$$4,89 \times 5\% = 0,26;$$

$$4,72 \times 5\% = 0,24.$$

Поправка на виторговування складе 5% (дослідження ринку показують, що на складах підприємств осідають залишки даного виду продукції – після виробництва – які продати важко):

$$1) 5,11 \times 5\% = -0,26;$$

$$2) 4,89 \times 5\% = -0,24;$$

$$3) 4,72 \times 5\% = -0,24.$$

Сумарні поправки на комерційні умови – сума вищеврахованих поправок:

$$1) 0,31 + 0,97 - 0,26 = +1,02;$$

$$2) 0,29 + 0,97 + 0,26 - 0,24 = +1,28;$$

$$3) 0,28 + 0,54 + 0,24 - 0,24 = +0,82.$$

Приведена ціна за комерційними умовами: ціна в єдиній валюті + сумарні поправки на комерційні умови:

$$1) 5,11 + 1,02 = 6,13;$$

$$2) 4,89 + 1,28 = 6,17;$$

$$3) 4,72 + 0,82 = 5,54.$$

За умовами контракту, підприємству для виробництва необхідні вироби зі сплаву сталі та міді, проте компанії пропонують:

$$1) \text{ вироби з цинку, тому пропонують знижку } 0,27 \text{ дол. / од.};$$

$$2) \text{ цинкові сплави – знижка складе } 0,11 \text{ дол./од.};$$

$$3) \text{ вироби зі сталі, що є дорожчою, тому вартість зросте на } 0,084 \text{ дол./од.}$$

Приведена ціна за тех. умовами враховує ці поправки:

$$1) 6,13 - 0,27 = 5,86;$$

$$2) 6,17 - 0,11 = 6,06;$$

$$3) 5,54 + 0,084 = 5,624.$$

Отже, таким чином на підприємстві визначається імпортер обладнання, комплектуючих та сировини для виробництва.

Найбільша частка імпорту обладнання та комплектуючих припадає на польських виробників, що обумовлено наступним:

- зручне географічне розташування, спільний кордон;
- нижчі транспортні витрати;
- швидкість здійснення імпортних операцій;
- середні ціни.

Імпортна продукція з Білорусі також складає значну частку в загальній структурі імпорту обладнання та комплектуючих (рис. 2.3).

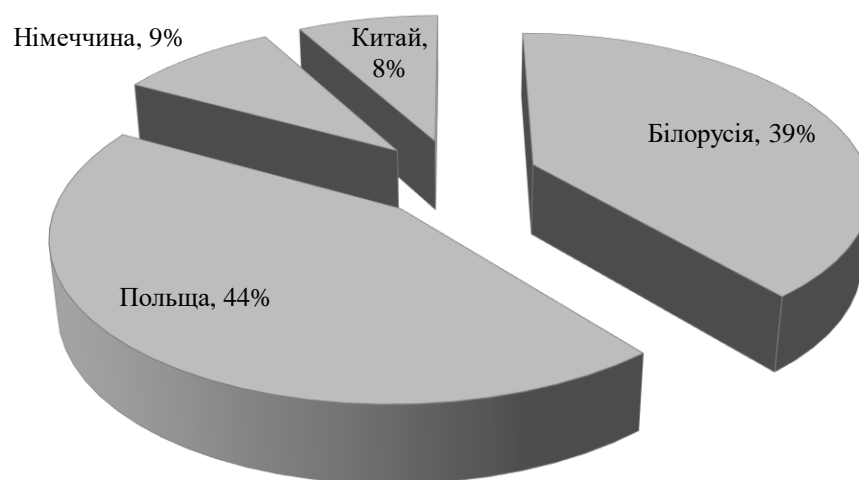


Рис. 2.3. Географічна структура імпорту ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» обладнання та комплектуючих у 2017 р., %

[Складено автором]

Перевагами імпорту обладнання та запчастин з Білорусії також є:

- невисокі транспортні витрати;
- оптимальні ціни;
- швидкість здійснення поставок.

Обладнання та запчастини, що імпортуються досліджуваним підприємством з Німеччини та Китаю, займає значно меншу частку в загальній структурі імпорту обладнання, що обумовлено наступними причинами:

- високі транспортні витрати (транспортування авіатранспортом);
- високі митні платежі;
- більша тривалість доставки;
- висока вартість продукції.

Проте перевагами німецького та китайського обладнання є їх якість.

Нижче буде досліджено географічну структуру імпорту за видами обладнання, яке імпортує досліджуване підприємство.

2.2. Діагностика передумов оптимізації імпортової діяльності сфері панчішно-шкарпеткових виробів

Вищенаведена організаційна структура підприємства та, зокрема, організація його ЗЕД не є ефективною, адже немає окремої організаційної структури, яка відповідає за організацію ЗЕД підприємства, адже окремими питаннями імпорту займається відділу маркетингу та збуту (дослідження нових та існуючих ринків, аналіз цінової та асортиментної політики конкурентів та постачальників), відділ закупок (пошук постачальників, гналагодження комунікацій, формування та відправлення комерційних пропозицій про імпорт сировини та обладнання), а також юридичний відділ (складання та підписання угод на імпорт сировини та обладнання, оформлення документів на імпортові операції, розмитнення сировини та матеріалів) та транспортний відділ (транспортування імпортованої сировини та матеріалів на склад компанії).

Також визначимо основні недоліки організаційного забезпечення імпортових операцій підприємства:

– аналіз постачальників сировини та обладнання, а також ринків здійснюється недостатньо часто - 1 раз на рік, при плануванні маркетингової стратегії компанії на наступний рік;

– планування імпортової діяльності здійснюється неефективно: лише визначається необхідна кількість імпортової сировини та обладнання та основні постачальники, проте не проводиться моніторинг цін постачальників так часто, як того потребує підприємство, адже ціни часто змінюються, також змінюються умови та вартість імпортованих операцій, проте керівництво підприємства зазвичай користується послугами тих самих постачальників, розглядаючи питання про пошук нових в тих випадках, коли постачальники або значно збільшують вартість імпортованої сировини та обладнання, або зривають поставку продукції за умовами договору імпорту;

– на ринки виходять нові постачальники, які зазвичай в перші роки свого функціонування пропонують якісну сировину та обладнання за нижчими цінами, аніж їх конкуренти, тому необхідний постійний аналіз ринку з метою скорочення вартості імпорту.

На діяльність ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» впливає безліч факторів, що визначають його положення на ринку та впливають на його поведінку. Варто зазначити, що фактори макросередовища здійснюють прямий чи опосередкований вплив на діяльність компанії на ринку (табл. 2.6).

Таблиця 2.6. Дослідження впливу факторів макросередовища на діяльність ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика»

Група факторів	Фактори	Прояв фактора	Вплив на підприємство	Можлива реакція з боку підприємства
1	2	3	4	5
1. Політичні фактори	1. Рівень правової стабільності	Низький рівень правової стабільності здійснює негативний вплив на господарську діяльність підприємства	Високі ризики негативного впливу на ринок. Умови функціонування підприємства та конкурентної боротьби недостатньо визначено на законодавчому рівні	Невелика можливість середньо- та довготермінового стратегічного планування, врахування мінімальних ризиків

Продовження табл. 2.6

1	2	3	4	5
2. Економічні фактори	1. Експортна політика	Експорт текстильних виробів на ринки ЄС	Недостатньо розвинена зовнішня політика, слабо налагоджені зовнішні зв'язки	Можливість експортувати продукції, збільшити частку ринку
	2. Стан економіки	Недостатньо розвинена економічна система, її повільне зростання (рис. 2.6, 2.7)	Недостатньо розвинена ринкова інфраструктура	Невелика можливість розвитку підприємства, його розширення та збільшення обсягів виробництва
	3. Стан ринку	На ринку присутні багато великих компаній	Можливість зайняти певну частку ринку, висока конкурентна боротьба	Підвищення якості продукції, велика кількість споживачів
3. Соціально-культурні фактори	1. Чисельність населення	42,2 млн. осіб	Велика кількість потенційних споживачів	Збільшення частки ринку завдяки великій кількості потенційних споживачів та зростанню попиту
	2. Рівень освіти	Високий рівень освіти	Вплив на діяльність підприємства галузі	Розширення ринків збуту, зростання прибутків
	3. Рівень безробіття	Зниження рівня безробіття	Зменшення частки населення з низьким рівнем доходів	Збільшення обсягу продажів послуг, прибутків
	4. Рівень життя	Рівень життя є низьким, це зумовлено недостатньо розвинутою системою соціального захисту	Зростання цін на послуги обмежило можливості населення, придбати послуги	Високий попит зумовлює зростання обсягів продажу та отримання високих прибутків
4. Технологічні фактори	Інновації та винаходи	Низька інноваційна здатність економіки	Розробка нових видів обладнання, енерго- та ресурсозберігаючих технологій	Можливість економії ресурсів в діяльності підприємства, зменшення собівартості послуг. Допомога у використанні інноваційних технологій
5. Фізичні фактори	1. Екологія	Недосконала система захисту навколишнього середовища	Висуваються високі вимоги до діяльності підприємств стосовно охорони екології на навколишнього середовища країни	Запровадження нових вимог до текстильної продукції, екологізація

[Складено автором]

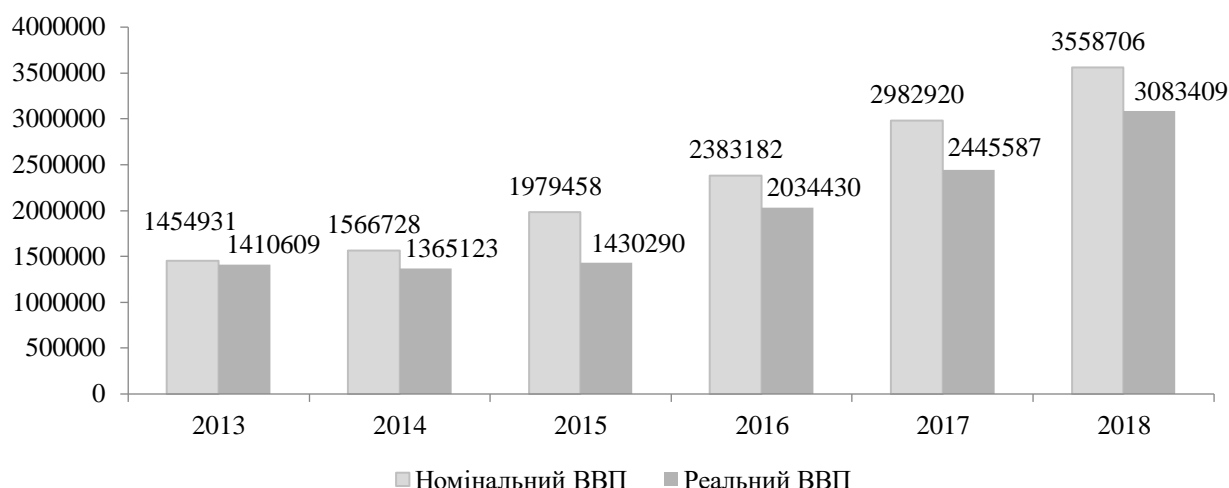


Рис. 2.6. Динаміка ВВП України у 2013-2018 рр., млн.. грн.

Складено автором на основі [83].

Як бачимо, протягом досліджуваного періоду величина номінального ВВП зросла протягом досліджуваного періоду, а реального - 2015-2018 рр., причому найвищий темп зростання його величини спостерігався у 2016 р.

При цьому рівень інфляції мав наступну динаміку (рис. 2.7).

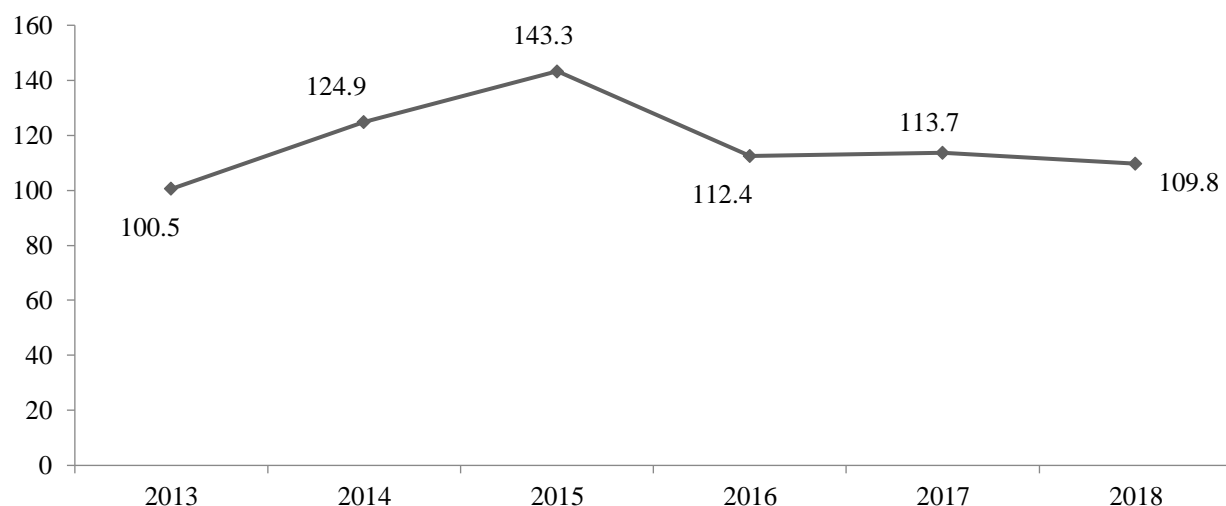


Рис. 2.7. Інфляція в Україні у 2013-2018 рр., %

Складено автором на основі [83].

В таблиці 2.7 розглянемо, які фактори мікросередовища здійснюють вплив на діяльність компаній.

**Таблиця 2.7. Вплив факторів мікросередовища на діяльність ТОВ
«Київська шкарпеткова фабрика»**

Група факторів	Фактори	Прояв фактора	Вплив на підприємство	Можлива реакція з боку підприємства
1	2	3	4	5
1. Споживачі	1. Формування попиту на послуги	Зменшення чи зростання попиту під впливом реклами та характеристик продукції	Величина попиту напряду визначає обсяги реалізації та виробництва текстильної продукції	Збільшення або зменшення реалізованої продукції та прибутку, коригування збутової рекламної стратегії
	2. Рівень доходів	Зміна можливості придбання продукції	Вплив на обсяги продажу та величину прибутку	Коригування цінової політики, продаж нових видів продукції
	3. Лояльність до торгової марки	Прихильність до певної торгової марки чи певного виду послуг	Збільшення або зменшення кількості прихильних споживачів	Зміна обсягів виробництва текстильної продукції, рекламної кампанії або якості та асортименту продукції
2. Постачальники	1. Ціни постачальників	Вплив на собівартість продукції	Зростання ціни негативно впливає на собівартість продукції та її ціну	Зростання ціни продукції вимагає від підприємства зміни постачальників
	2. Дотримання строків поставки	Здійснює вплив на господарський процес та його ритмічність	Недотримання строків поставки може призвести до переривання діяльності	Отримання збитків підприємством, пошук альтернативних постачальників
	3. Виконання умов договору постачання	Невиконання умов договору може негативно вплинути на виробничий процес на ціни	Порушення строків та умов договору призведе до фінансових та матеріальних втрат	Формування бази альтернативних постачальників
3. Конкуренти	1. Методи конкурентної боротьби	Добросовісна чи недобросовісна конкуренція, конкурентна змова	Використання методів недобросовісної конкуренції здатне зменшити кількість споживачів, а цінова змова – залучити споживачів до конкурентів	Підприємство внаслідок таких дій конкурентів може втратити частину ринку

Продовження табл. 2.7

1	2	3	4	5
3. Конкуренти	2. Ціни та якість послуг	Вплив на споживача та величину частки ринку	Зменшення цін конкурентів та покращання якості на подібну продукцію здатне зменшити частку ринку підприємства	Коригування цінової політики, запровадження акцій та знижок. Удосконалення якості продукції
	3. Частка ринку	Вплив на прибуток підприємства	Зменшення частки ринку призводить до зменшення реалізації продукції	Агресивна маркетингова політика, коригування цінової та збутової політики
4. Посередники	1. Вартість посередницьких послуг	Вплив на вартість продукції	Здатність збільшити собівартість та ціну продукції	Пошук альтернативних посередників
	2. Охоплення каналів збуту	Обсяги реалізації продукції	Широка мережа збуту здатна збільшувати обсяги реалізації продукції	Пошук інших посередників у разі недосконалої збутової політики
5. Контактні аудиторії	Співробітництво з підприємствам	Розповсюдження інформації про продукцію підприємства, співпраця з питань отримання дозволів, ліцензій	Поширення інформації про продукцію підприємства, отримання необхідної документації	Налагодження співпраці з усіма контактними аудиторіями

[Складено автором]

Таким чином, вплив факторів мікросередовища на діяльність досліджуваного підприємства на текстильному ринку України є суттєвим.

З метою оцінки впливу фінансового стану на конкурентоспроможність досліджуваного підприємства оцінимо його фінансовий стан. З метою аналізу показників платоспроможності й фінансової стійкості ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» побудуємо таблицю 2.8.

Таблиця 2.8. Аналіз платоспроможності й фінансової стійкості ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2015-2017 рр.

Показники	Роки			Відхилення	
	2015	2016	2017	2016/2015	2017/2016
1	2	3	4	5	6
Коефіцієнт фінансової автономії	-2,93	-0,87	-0,37	2,06	0,5
Коефіцієнт фінансової залежності	-0,34	-1,15	-2,67	-0,81	-1,52
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1,06	1,10	1,12	0,04	0,02

Продовження табл. 2.8

1	2	3	4	5	6
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	3,93	1,87	1,37	-2,06	-0,5
Коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів	-1,34	-2,15	-3,67	-0,81	-1,52
Показник фінансового левириджу	-1,34	-2,15	-3,67	-0,81	-1,52
Коефіцієнт забезпечення власними засобами	-3,73	-1,05	-0,44	2,68	0,61
Продуктивність праці, тис. гривень / особу	121,39	199,16	202,89	77,77	3,73
Фондовіддача, гривень / гривень	7,57	16,50	18,84	8,93	2,34
Оборотність коштів у розрахунках (ОКРО), оборотів	7,57	16,50	18,84	8,93	2,34
Час обороту коштів у розрахунках (ЧОКР), днів	47,56	21,82	19,11	-25,74	-2,71
Оборотність запасів, оборотів (ОЗО)	2,96	1,82	1,56	-1,14	-0,26
Час обороту запасів (ЧОЗ), днів	121,62	197,80	230,77	76,18	32,97
Час обороту кредиторської заборгованості (ЧОКЗ), днів	366,51	619,12	605,62	252,61	-13,5
Тривалість операційного циклу (ТОЦ), днів	169,18	219,62	249,88	50,44	30,26
Тривалість фінансового циклу, днів	-197,33	-399,50	-355,74	-202,17	43,76
Коефіцієнт погашення дебіторської заборгованості	0,01	0,02	0,14	0,01	0,12
Оборотність власного капіталу, оборотів	-1,15	-1,37	-2,05	-0,22	-0,68
Оборотність сукупного капіталу, оборотів	1,68	1,77	1,13	0,09	-0,64
Коефіцієнт стійкості економічного росту	0,45	-0,19	0,10	-0,64	0,29
Поточна платоспроможність	-6346,80	-8681,70	-11456,80	-2334,9	-2775,1
Коефіцієнт Бівера	-0,34	0,09	-0,03	0,43	-0,12

[Складено автором]

Згідно отриманих даних, зробимо наступні узагальнення отриманих результатів:

1) коефіцієнт фінансової автономії зростає упродовж 2016-2017 рр., що свідчить про зростання рівня фінансової стійкості, стабільності й незалежності підприємства від позикових коштів. Проте варто зазначити, що одержані результати підтверджують низьке значення даного показника (граничний поріг складає 0,5);

2) коефіцієнт фінансової залежності зменшується 2016-2017 рр., що говорить про зменшення частки позикових коштів під час фінансування підприємства; також відмітимо, що показник має від'ємне значення;

3) коефіцієнт маневреності власного капіталу зріс у 2016-2017 рр., що є свідченням збільшення можливості досліджуваного підприємства підтримати рівень власного оборотного капіталу й поповнювати оборотні кошти у разі потреби за рахунок власних джерел;

4) коефіцієнт концентрації позикового капіталу свідчить про величину частини в балансі підприємства позикового капіталу; таким чином, у 2016-2017 рр. частка позикового капіталу в балансі досліджуваного підприємства зменшувалась;

5) коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів зменшується упродовж аналізованого періоду, і це свідчить про зростання фінансової стійкості досліджуваного підприємства;

6) показник фінансового левериджу зменшився у 2016-2017 рр.: зменшення значення цього показника свідчить про позитивні зміни на підприємстві;

7) коефіцієнт забезпечення власними засобами зріс у 2016 р. 2,68 в.п., а у 2017 р. - на 0,61 в.п. Така динаміка є свідченням зростання стійкості фінансового стану підприємства;

8) продуктивність праці працівників підприємства також зростала: у 2016 р. - на 77,77 тис. грн./особу, а у 2017 р. - на 3,73 тис. грн. особу. Це свідчить про підвищення ефективності та результативності праці працівників;

9) фондівдача зросла у 2016-2017 рр. відповідно на 8,93 та 2,34 грн./грн., і це є свідченням зростання ефективності використання основних засобів підприємства;

10) оборотність коштів у розрахунках зросла у 2016-2017 рр., тому можна стверджувати, що сприятливу тенденцію для підприємства;

11) час обороту коштів у розрахунках зменшився, що є підтвердженням зростання оборотності коштів у розрахунках;

12) оборотність запасів зменшилась у 2016-2017 рр. відповідно на 1,14 та 0,26 оборотів, отже, спостерігається несприятлива тенденція зниження темпів реалізації запасів підприємства, в т.ч. - готової продукції;

13) час обороту запасів зріс, що виходить зі зниження попереднього показника;

14) час обороту кредиторської заборгованості зростав у 2016-2017 рр., і це є свідченням погіршення платіжної дисципліни на підприємстві;

15) тривалість операційного циклу зросла у 2016-2017 рр. відповідно на 50,44 та 30,26 днів, і це є свідченням зростання тривалості виробничих процесів на підприємстві;

16) тривалість фінансового циклу зменшилась у 2016 р. на 202,17 днів, проте у 2017 р. зросла на 43,76 днів, що є негативним моментом;

17) коефіцієнт погашення дебіторської заборгованості зростав у 2016-2017 рр., що свідчить про зростання величини дебіторської заборгованості, що припадає на 1 грн. чистого доходу від реалізації продукції підприємства;

18) оборотність власного капіталу зменшувалась у 2016-2017 рр. відповідно на 0,22 та 0,68 оборотів, і можна стверджувати, що ця тенденція є несприятливою для підприємства;

19) оборотність сукупного капіталу зросла у 2016 р. на 0,09 оборотів, проте у 2017 р. відбулось зменшення показника на 0,64 обороти, що також є несприятливою тенденцією;

20) коефіцієнт стійкості економічного росту зменшився у 2016 р. та мав від'ємне значення, що свідчить про значне зниження стійкого економічного зростання досліджуваного підприємства. Позитивним моментом є зростання величини показника у 2017 р. на 0,29 в.п.;

21) поточна платоспроможність підприємства мала від'ємне значення та знижувалась упродовж досліджуваного періоду, що свідчить про зниження можливостей підприємства вчасно розраховуватись за зобов'язаннями власними коштами;

15) коефіцієнт Бівера лише у 2016 р. мав додатне значення, а його зниження у 2017 р. є свідченням зниження частки прибутку, що спрямовується на розвиток виробництва.

Також проаналізуємо показники ліквідності підприємства (табл. 2.9).

Таблиця 2.9. Аналіз ліквідності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2015-2017 рр.

Показники	Роки			Відхилення	
	2015	2016	2017	2016/ 2015	2017/ 2016
Маневреність власних оборотних засобів	-3,73	-1,05	-0,44	2,68	0,61
Коефіцієнт поточної (загальної) ліквідності	0,21	0,49	0,70	0,28	0,21
Коефіцієнт покриття	0,21	0,49	0,70	0,28	0,21
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,01	0,09	0,33	0,08	0,23
Коефіцієнт абсолютної ліквідності (платоспроможності)	0,003	-0,03	-0,04	-0,03	-0,01
Частка оборотних коштів в активах, %	83,06	91,19	95,55	8,13	4,36
Частка власних оборотних коштів в їх загальній сумі, %	-373,02	-105,11	-43,80	267,91	61,31
Частка власних оборотних коштів у покритті запасів, %	-391,93	-129,66	-82,32	262,27	47,34
Частка запасів у оборотних активах, %	95,18	81,06	53,20	-14,11	-27,86
Коефіцієнт покриття запасів	2,73	1,23	1,88	-1,49	0,65

[Складено автором]

Згідно одержаних результатів варто відзначити, що зростання маневреності власних оборотних засобів досліджуваного підприємства свідчать про позитивну динаміку, проте отримані показники мають від'ємне значення, що не забезпечує нормального функціонування підприємства (його величина повинна знаходитись в межах від 0 до 1).

Коефіцієнт поточної (загальної) ліквідності (та коефіцієнт покриття) зростав у 2016-2017 рр. на 0,28 та 0,21 в.п. відповідно, а коефіцієнт швидкої ліквідності - відповідно на 0,08 та 0,23 в.п. відповідно, що для підприємства є сприятливою тенденцією.

Проте коефіцієнт абсолютної ліквідності (платоспроможності) досліджуваного підприємства у 2016-2017 рр. зменшився відповідно на 0,03 та 0,01 в.п., і лише у 2015 р. його значення було додатнім. Це є негативною тенденцією для підприємства, оскільки свідчить про зменшення частини короткострокових зобов'язань, яка може бути погашена негайно.

Також варто зазначити, що частка оборотних коштів в активах, частка власних оборотних коштів в їх загальній сумі та в покритті запасів зростала, частка запасів в оборотних активах зменшилась, а коефіцієнт покриття запасів зменшився у 2016 р. на 1,49 в.п., проте у 2017 р. відбулось його зростання на 0,65 в.п. Оскільки значення цього показника є більшим за одиницю, можна стверджувати, що фінансовий стан досліджуваного підприємства є стійким.

Далі проаналізуємо показники ділової активності підприємства (табл. 2.10).

Таблиця 2.10. Аналіз ділової активності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2015-2017 рр.

Показники	Роки			Відхилення	
	2015	2016	2017	2016/ 2015	2017/ 2016
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	0,73	0,77	0,73	0,04	-0,04
Коефіцієнт оборотності активів	1,68	1,77	1,13	0,09	-0,64
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	-1,15	-1,37	-2,05	-0,22	-0,68
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	97,11	49,99	7,22	-47,12	-42,77
Коефіцієнт оборотності основних засобів	7,57	16,50	18,84	8,93	2,34
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	3,71	7,20	49,89	3,49	42,69
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	491,10	465,51	493,05	-25,59	27,54

[Складено автором]

За результатами аналізу показників ділової активності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» бачимо, що зростання коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості у 2016 р. говорить про збільшення швидкості сплати заборгованості підприємства.

Ця динаміка підтверджується зменшенням строків погашення кредиторської заборгованості у 2016 р. Проте негативним моментом є зменшення коефіцієнта у 2017 р. та зростання строку погашення кредиторської заборгованості підприємства.

Зростання у 2016 р. коефіцієнта оборотності активів зростає говорить про збільшення швидкості обороту сукупного капіталу підприємства, тобто

зростання кількості повного циклу виробництва й обігу, що приносить відповідний ефект у вигляді прибутку, або збільшується кількість грошових одиниць реалізованої продукції, що принесла кожна одиниця активів.

Негативним явищем є зменшення величини коефіцієнта оборотності власного капіталу у 2016-2017 рр., оскільки відбувається зниження ефективності використання власного капіталу досліджуваного підприємства.

Зменшення у 2016-2017 рр. коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості свідчить про погіршення платіжної дисципліни на підприємстві, а зростання строків її погашення негативно впливає на фінансовий стан підприємства.

Коефіцієнт оборотності основних засобів збільшився у 2016- 2017 рр., відповідно, на підприємстві відбувається збільшення ефективності використання ним основних засобів.

Далі проаналізуємо показники рентабельності (табл. 2.11).

Таблиця 2.11. Аналіз рентабельності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика » у 2015-2017 рр.

Показники	Роки			Відхилення	
	2015	2016	2017	2016/ 2015	2017/ 2016
Рентабельність продукції, %	-44,02	17,66	-5,14	61,68	-22,8
Рентабельність діяльності, %	-0,59	0,13	-0,04	0,72	-0,17
Рентабельність активів, %	-98,82	23,56	-4,75	122,38	-28,31
Рентабельність сукупного капіталу, %	-98,82	23,56	-4,75	122,38	-28,31
Рентабельність власного капіталу, %	67,54	-18,20	8,59	-85,74	26,79
Період окупності власного капіталу	1,48	-5,49	11,64	-6,97	17,13

[Складено автором]

Згідно отриманих результатів варто зазначити наступні тенденції:

1) зростання у 2016 р. рентабельності продукції підприємства є свідченням того, що відбулося збільшення ефективності реалізації продукції ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», але негативним є зменшення величини показника у 2017 р.;

2) зростання величини коефіцієнта рентабельності діяльності у 2016 р. на 0,72 в.п. відбулось внаслідок зростання ефективності господарської

діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», але негативна тенденція зменшення показника на 0,17 в.п. спостерігалася у 2017 р.;

3) збільшення величини коефіцієнта рентабельності активів у 2016 р. на 122,38 в.п. говорить про зростання рівня прибутку, який створюється наявними активами підприємства, а зниження показника на 28,31 в.п. у 2017 р. - про зменшення рівня прибутку;

4) зростання рентабельності сукупного капіталу у 2015 р. є свідченням зростанням прибутку на одиницю сукупного капіталу ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», але зниження показника у 2017 р. є негативним моментом;

5) зростання у 2017 р. величини коефіцієнту рентабельності власного капіталу говорить про збільшення рівня прибутковості власного капіталу, який вкладений в досліджуване підприємство;

6) зростання у 2017 р. терміну окупності власного капіталу є несприятливим для підприємства.

Таким чином, господарська діяльність ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика » лише у 2016 р. була прибутковою, а його фінансовий стан у 2015 та 2017 рр. був нестійким.

Тому керівництву підприємства необхідно розробити заходи щодо покращання фінансових результатів діяльності підприємства.

В таблиці 2.12 здійснимо SWOT-аналіз досліджуваного підприємства.

Таблиця 2.12. SWOT-аналіз ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика»

	Можливості <ul style="list-style-type: none"> - зростання платоспроможного попиту населення (рис. 2.8); - постійно зростаючий ринок текстильних виробів (рис. 2.9); - нові потреби замовників; - зростання світового ринку текстильних виробів; - зростання попиту на продукцію з боку іноземних партнерів 	Загрози <ul style="list-style-type: none"> - жорстка конкуренція на світовому ринку та ринку України зокрема; - розповсюдженість порушення прав інтелектуальної власності компанії
Сильні сторони <ul style="list-style-type: none"> - висока якість шкіряної продукції; - широкий асортимент продукції; - наявність у продуктовому портфелі елітної групи товарів (шкіра з тисненням, кольорова шкіра) 	<ul style="list-style-type: none"> - вихід на ринки країн, що розвиваються, та залучення там нових споживачів; - розробка та просування нових товарів для задоволення нових потреб споживачів на ринку 	<ul style="list-style-type: none"> - вдосконалення конкурентних стратегій; - диференціація продукції; - розробка заходів контролю за захистом інтелектуальної власності компанії
Слабкі сторони <ul style="list-style-type: none"> - децентралізація організаційної структури - якість текстильної продукції потребує удосконалення з урахуванням вимог споживачів ринку та конкурентних переваг 	<ul style="list-style-type: none"> - оптимізація організаційної структури у відповідності з вимогами розширення діяльності - контроль за прийняттям рішень на найвищому рівні - удосконалення системи контролю якості, зменшення витрат виробництва та підвищення якості продукції 	<ul style="list-style-type: none"> - зменшення ринкової частки за рахунок «розсіювання» прийняття рішень та слабкої координації; - втрата прибутків через недосконалу організацію системи якості продукції

[Складено автором]

Таким чином, бачимо, що ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» на ринку має як сильні, так і слабкі сторони. Основною загрозою є зростаюча агресивна політика конкурентів, а також стрімкий розвиток вітчизняного та світового ринків текстильної продукції.

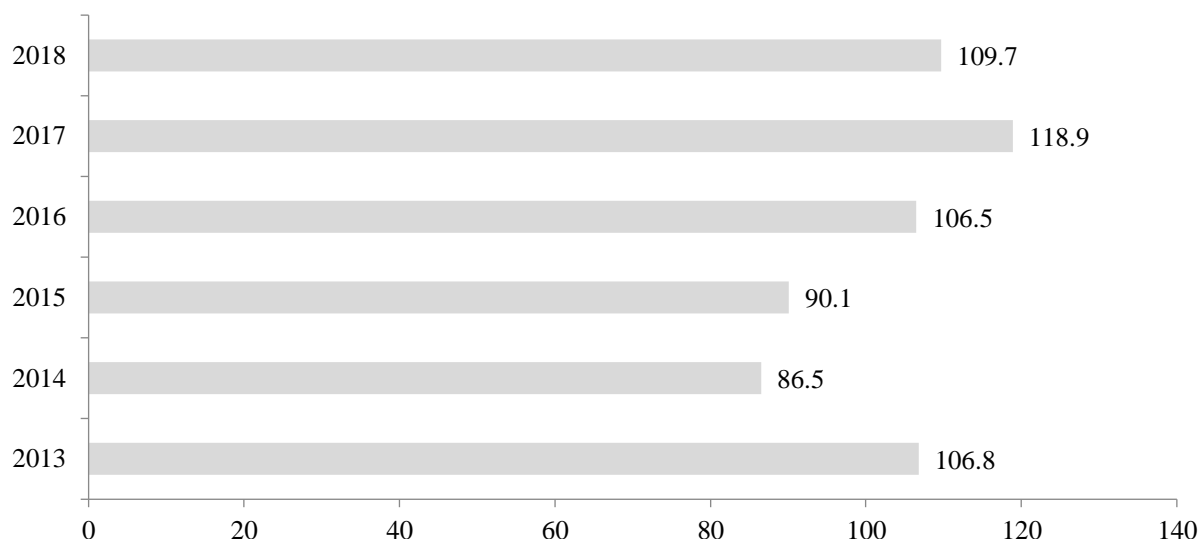


Рис. 2.8. Індекс реальної зарплатної плати в Україні у 2013-2018 рр., %
[Складено автором]

Отже, індекс реальної зарплатної плати в Україні зріс у 2015-2017 рр., а у 2018 р. він зменшився.



Рис. 2.9. Обсяги виробництва виробів зі шкіри та текстильних виробів в Україні, тис. дол. США

[Складено автором]

Отримані дані свідчать про відновлення української економіки протягом останніх років.

2.3. Оцінка ефективності імпортової діяльності підприємства

В таблиці 2.13 дослідимо географічну структуру імпорту панчішко-шкарпеткового обладнання.

З таблиці бачимо, що протягом досліджуваного періоду найбільше панчішко-шкарпеткового обладнання досліджуване підприємство імпортувало з Польщі. У 2015 р. підприємство імпортувало таке обладнання з Польщі та Росії, а у 2016-2017 рр., у зв'язку із загостренням політичної ситуації та агресії Росії в Криму та на сході України, підприємство налагодило зовнішньоекономічні зв'язки з імпорту панчішко-шкарпеткового обладнання з Білорусії, а імпорт з Росії припинило.

У 2016 р. частка імпорту з Росії зменшилась на 32,8 в.п., а у 2017 р. імпорتنі операції з Росією не здійснювалися, а частка імпорту з Білорусії зросла на 5,2 в.п. (рис. 2.10).

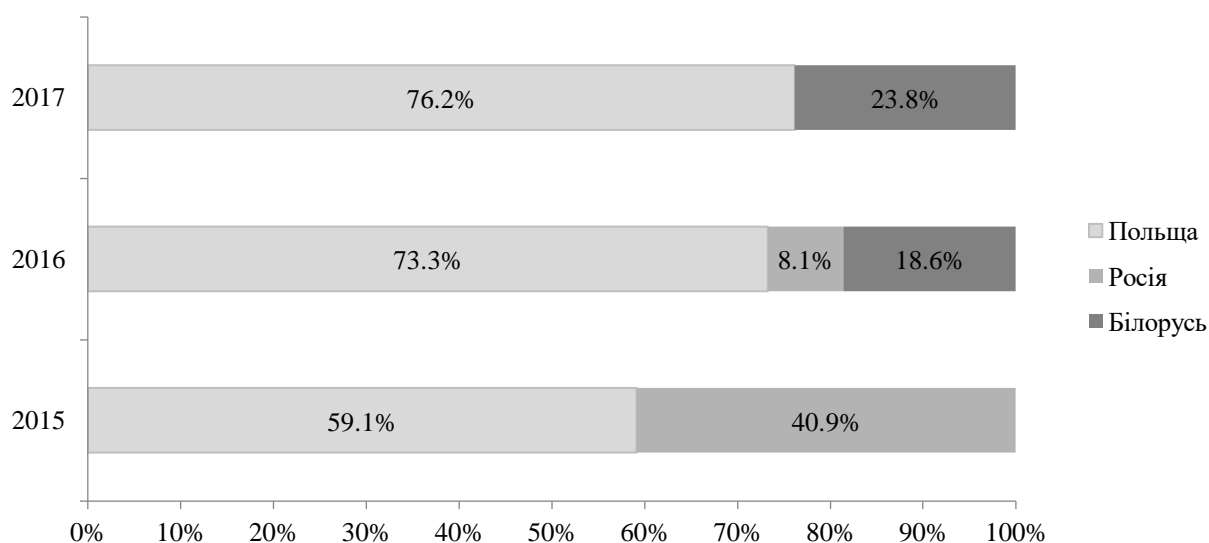


Рис. 2.10. Географічна структура імпорту панчішко-шкарпеткового обладнання ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2015-2017 рр., %
[Складено автором]

Таблиця 2.13. Географічна структура імпорту панчішко-шкарпеткового обладнання ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2015-2017 рр.

Країни	Роки									
	2015		2016				2017			
	Обсяг	Структура	Обсяг		Структура		Обсяг		Структура	
	фактично, тис. дол. США	частка, %	фактично, тис. дол. США	темп приросту, %	частка, %	абсолютне відхилення	фактично, тис. дол. США	темп приросту, %	частка, %	абсолютне відхилення
Загальний обсяг імпорту	37,4	100,0	47,9	28,1	100,0	-	58,9	23,0	100,0	-
в т.ч.:										
Польща	22,1	59,1	35,1	58,8	73,3	14,2	44,9	27,9	76,2	2,9
Росія	15,3	40,9	3,9	-74,5	8,1	-32,8	0	-100,0	0	-8,1
Білорусія	0	0	8,9	100,0	18,6	18,6	14,0	57,3	23,8	5,5

[Складено автором]

Проаналізуємо географічну структуру імпорту обладнання для виробництва шкіри та виробів зі шкіри (табл. 2.14).

З таблиці бачимо, що загальна величина імпорту обладнання для виробництва шкіри та виробів зі шкіри зросла у 2016 р. на 23,3%, проте у 2017 р. спостерігалось зменшення показника на 32,7%.

Отже, імпорт обладнання для виробництва шкіри та виробів зі шкіри підприємство здійснює з Білорусії, Польщі, Росії, Німеччини та Китаю (рис. 2.7).

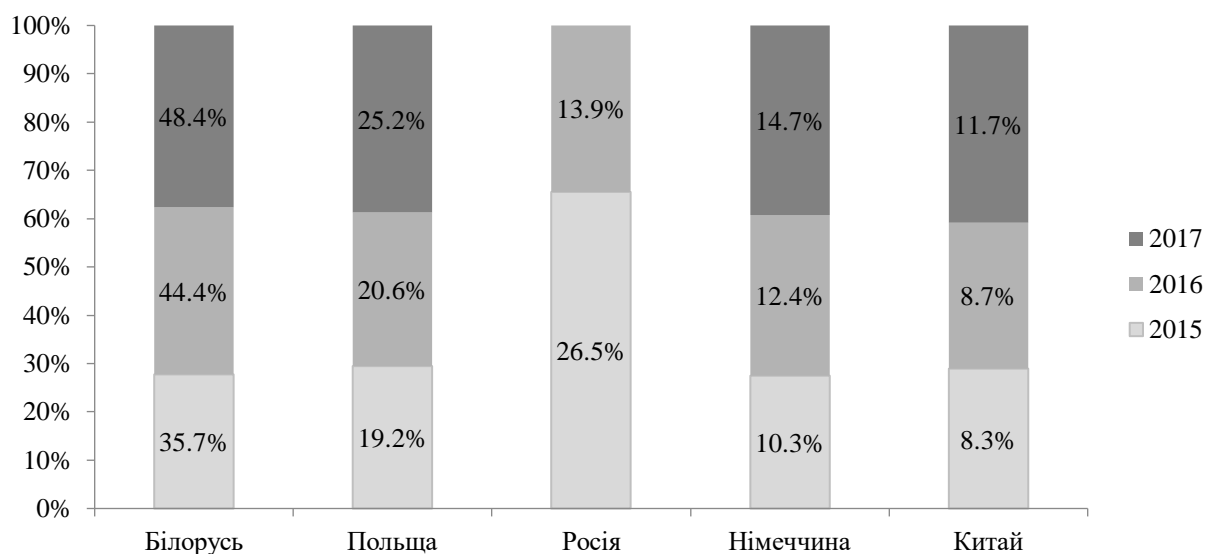


Рис. 2.7. Географічна структура імпорту обладнання для виробництва шкіри та виробів зі шкіри ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2015-2017 рр., %

[Складено автором]

У 2015-2017 рр. найбільше обладнання для виробництва шкіри та виробів зі шкіри підприємство імпортувало з Білорусії, а частка цієї країни в загальній структурі імпорту зростала упродовж досліджуваного періоду.

Імпорт обладнання для виробництва шкіри та виробів зі шкіри з Польщі у 2016 р. зріс на 32%, проте у 2017 р. показник зменшився на 17,5%.

У 2016 р. частка імпорту з Росії зменшилась на 12,6 в.п., а у 2017 р. підприємство припинило імпорт з Росії у зв'язку із загостренням політичної ситуації та військовою агресією Росії на Сході України.

**Таблиця 2.14. Географічна структура імпорту обладнання для виробництва шкіри та виробів зі шкіри
ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2015-2017 рр.**

Країни	Роки									
	2015		2016				2017			
	Обсяг	Структура	Обсяг		Структура		Обсяг		Структура	
	фактично, тис. дол. США	частка, %	фактично, тис. дол. США	темп приросту, %	частка, %	абсолютне відхилення	фактично, тис. дол. США	темп приросту, %	частка, %	абсолютне відхилення
Загальний обсяг імпорту	117,2	100,0	144,5	23,3	100,0	-	97,3	-32,7	100,0	-
в т.ч.:										
Білорусія	41,8	35,7	64,2	53,6	44,4	8,7	47,1	-26,6	48,4	4,0
Польща	22,5	19,2	29,7	32,0	20,6	1,4	24,5	-17,5	25,2	4,6
Росія	31,1	26,5	20,1	-35,4	13,9	-12,6	0	-100,0	0,0	-
Німеччина	12,1	10,3	17,9	47,9	12,4	2,1	14,3	-20,1	14,7	2,3
Китай	9,7	8,3	12,6	29,9	8,7	0,4	11,4	-9,5	11,7	3,0

[Складено автором]

Імпорт з Німеччини та Китаю зростав у 2016 р. на 47,9 та 29,9% відповідно, а у 2017 р. зменшився на 20,1 та 9,5%.

Далі проаналізуємо ступінь виконання зовнішньоторговельних контрактів з імпорту панчішко-шкарпеткового обладнання (табл. 2.15).

Таблиця 2.15. Ступінь виконання контрактів на поставку панчішко-шкарпеткового обладнання ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2015-2017 рр., од.

Показники	Роки			Відхилення			
	2015	2016	2017	абсолютне		темп приросту, %	
				2016/ 2015	2017/ 2016	2016/ 2015	2017/ 2016
Укладено контрактів на поставку продукції	10	17	28	7	11	70,0	64,7
Виконано умов контракту та імпортовано продукцію	9	13	23	4	10	44,4	76,9
Відсоток виконання, %	90,0	76,5	82,1	-13,5	5,6	-	-

[Складено автором]

Як бачимо, найвищий відсоток виконання контрактів був у 2015 р. – лише 1 контракт не був виконаний з форс-мажорних обставин. У 2016 р. відсоток виконання контрактів стрімко зменшився – на 13,5 в.п., що було зумовлено політичною та економічною кризою, а також погіршенням взаємовідносин з Росією, внаслідок чого 4 контракти було зірвано. У 2017 р. відсоток виконання дещо зріс (на 5,6 в.п.), проте також було зірвано 5 контрактів, що було зумовлено різкими коливаннями курсу долара та швидкого знецінення національної грошової одиниці.

В жовтні 2017 р. ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» заключило договір на поставку панчішко-шкарпеткового обладнання з Білорусії (дата здійснення імпортової операції – 20.10.2017 р.). В таблиці 2.16 розрахуємо ефективність даного контракту.

Таблиця 2.16. Оцінка ефективності операції з імпорту панчішко-шкарпеткового обладнання ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» (терморегуляторів UT-239/SQ)

№ з/п	Показники	Значення
1.	Фактурна вартість партії, тис. дол. США	2,0
2.	Витрати при імпорті, тис. дол. США	0,2
2.1.	у т.ч.: витрати на навантаження в зоні митного контролю	0,2
3.	Митна вартість партії, тис. грн.	38,91
4.	Митні платежі, тис. грн.	2,54
4.1.	в т.ч.: мити, тис. грн.	2,16
4.2.	ПДВ, тис. грн.	0,38
5.	Витрати на території України, тис. грн.	4,3
6.	Виручка від реалізації імпортової продукції в Україні, тис. грн.	74,3
7.	Ефект імпортової операції, тис. грн.	19,91
8.	Коефіцієнт ефективності імпорту	1,7

[Складено автором]

Оскільки коефіцієнт ефективності імпорту вищий за 1, відповідно, дана операція є ефективною.

В таблиці 2.17 проаналізуємо ступінь виконання зовнішньоторговельних контрактів з імпорту обладнання для виробництва шкіри та виробів зі шкіри.

Таблиця 2.17. Ступінь виконання контрактів на поставку обладнання для виробництва шкіри та виробів зі шкіри ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2015-2017 рр.

Показники	Роки			Відхилення			
	2015	2016	2017	абсолютне		темп приросту, %	
				2016/ 2015	2017/ 2016	2016/ 2015	2017/ 2016
Укладено контрактів, од.	51	63	42	12	-19	23,5	-33,3
Імпортовано продукцію за укладеними контрактами, од.	48	60	34	12	-26	25,0	-43,3
Ступінь виконання контрактів, %	94,1	95,2	81,0	1,1	-14,2	-	-

[Складено автором]

Отже, найбільше контрактів на імпорт обладнання для виробництва шкіри та виробів зі шкіри підприємство уклало у 2016 р., а найменше – у 2017 р. Найбільше контрактів було виконано у 2016 р., а найменше – у 2017 р. Ступінь виконання контрактів була найвищою у 2016 р., а найнижчою – у 2017 р.

Також в таблиці 2.18 проаналізуємо показники імпорту бавовни та нейлону з Китаю.

Таблиця 2.18. Обсяги імпорту бавовни та нейлону з Китаю ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2015-2017 рр., тис. дол. США

Показники	Роки			Відхилення			
	2015	2016	2017	абсолютне		темп приросту, %	
				2016/ 2015	2017/ 2016	2016/ 2015	2017/ 2016
Бавовна	84,9	96,3	80	11,4	-16,3	13,4	-16,9
Нейлон	13,1	19,2	11,2	6,1	-8	46,6	-41,7
Разом	98	115,5	91,2	17,5	-24,3	17,9	-21,0

[Складено автором]

В структурі загального імпорту сировини найбільша частка припадала на бавовну, проте у 2017 р. спостерігалось загальне зниження імпорту сировини, що зумовлено значними транспортними витратами, які несе досліджуване підприємство при здійсненні імпортних операцій, а також зростанням вартості китайської сировини.

У зв'язку з цим керівництво підприємство прийняло рішення здійснювати пошук постачальників сировини в Туреччині, і ефективність імпорту бавовни та нейлону з цієї країни буде оцінена в наступному розділі дослідження.

В таблиці 2.19 проаналізуємо ступінь виконання зовнішньоторговельних контрактів з імпорту бавовни та нейлону з Китаю.

Таблиця 2.19. Ступінь виконання контрактів на поставку бавовни та нейлону ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2015-2017 рр., од.

Показники	Роки			Відхилення			
	2015	2016	2017	абсолютне		темп приросту, %	
				2016/2015	2017/2016	2016/2015	2017/2016
Укладено контрактів на поставку продукції	11	14	9	-3	-5	27,3	-35,7
Виконано умов контракту та імпортовано продукцію	11	12	8	1	-4	9,1	-8,3
Відсоток виконання, %	100,0	85,7	88,9	-24,3	3,2	-	-

[Складено автором]

Найнижчий відсоток виконання контрактів спостерігався у 2016 р., що зумовлено значним зростанням вартості імпортової продукції. У 2017 р. загальна кількість укладених та виконаних контрактів зменшилась, і цю негативну динаміку обумовили вищезазвані причини.

В таблиці 2.20 здійснимо розрахунок ефективності імпорту.

Таблиця 2.20. Показники ефективності імпорту ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2015-2017 рр.

Показники	Роки			Відхилення			
	2015	2016	2017	абс.		відн., %	
				2016/2015	2017/2016	2016/2015	2017/2016
Виручка від реалізації, тис. грн.	5247	6731	5087	1484	-1644	1484	-1644
Контрактна вартість імпорту, тис. грн.	4174	5195	4217	1021	-978	1021	-978
Митні платежі, тис. грн.	893	321	261	-572	-60	-572	-60
Імпортна вартість, тис. грн.	5067	5516	4478	449	-1038	449	-1038
Ефективність імпорту, тис. грн.	180	1215	609	1035	-606	1035	-606
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,04	1,22	1,14	0,18	-0,08	0,18	-0,08

[Складено автором]

З таблиці бачимо, що коефіцієнт ефективності імпорту був більшим за одиницю у 2015-2017 рр., оскільки підприємство отримало чистий прибуток від імпортних операцій. При цьому виручка від реалізації імпортової продукції підприємства зросла у 2016 р. на 1484 тис. грн.

Також для оцінки ефективності імпортої діяльності досліджуваного підприємства використаємо метод аналізу фінансових результатів господарської діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», для чого побудуємо таблицю 2.21.

Таблиця 2.21. Аналіз фінансових результатів ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2015-2017 рр., тис. грн.

Показники	Роки			Відхилення			
				абс.		темп приросту, %	
	2015	2016	2017	2016/ 2015	2017/ 2016	2016/ 2015	2017/ 2016
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3641,7	5576,4	7101,3	1934,7	1524,9	53,1	27,3
Інші операційні доходи	4,1	412,9	168,1	408,8	-244,8	9970,7	-59,3
Інші доходи	6,1	0	0	-6,1	0	-100,0	-
Разом доходи	3652,2	5989,3	7269,4	2337,1	1280,1	64,0	21,4
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	4879,6	4192,8	5781,3	-686,8	1588,5	-14,1	37,9
Інші операційні витрати	920,6	1054,4	1784,0	133,8	729,6	14,5	69,2
Інші витрати	0	1,5	1,5	1,5	0	100,0	0,0
Разом витрати	5800,2	5248,8	7566,8	-551,4	2318	-9,5	44,2
Фінансовий результат до оподаткування	-2148,0	740,5	-297,4	2888,5	-1037,9	-134,5	-140,2
Чистий прибуток	-2148,0	740,5	-297,4	2888,5	-1037,9	-134,5	-140,2

[Складено автором на основі звіту про фінансові результати]

З таблиці 2.21 бачимо, що чистий дохід від реалізації продукції підприємства зростав у 2016-2017 рр. відповідно на 1934,7 та 1524,9 тис. грн., що є свідченням зростання обсягів виробленої продукції. При цьому інші операційні доходи підприємства зросли лише у 2016 р. (на 408,8 тис. грн.).

Собівартість реалізованої продукції зменшилась у 2016 р. на 686,8 тис. грн., проте у 2017 р. відбулось зростання її величини на 1588,5 тис. грн. Також у 2016-2017 рр. зростали інші операційні витрати підприємства (на 133,8 та 729,6 тис. грн. відповідно).

Все це призвело до того, що у 2015 та 2017 рр. діяльність ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» була збитковою, і лише у 2016 р. підприємство отримало чистий прибуток в розмірі 740,5 тис. грн. (рис. 2.10).



Рис. 2.10. Динаміка фінансових результатів діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2015-2017 рр., тис. грн.

[Складено автором]

Отже, погіршення фінансового стану підприємства та його збиткова діяльність у 2017 р. обумовлена зменшенням обсягів реалізованої продукції. Це відбулось під впливом зростання вартості сировини, зокрема - тієї, яка імпортувалась підприємством з Китаю. Тому подальше дослідження будемо здійснювати в напрямку пошуку нових постачальників бавовни та нейлону для досліджуваного підприємства.

Висновки до розділу 2

За результатами проведеного дослідження зроблено наступні висновки:

ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» - підприємство України, яке здійснює текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів. Основним видом економічної діяльності є виробництво панчішно-шкарпеткових виробів. чистий дохід від реалізації продукції підприємства зростав у 2016-2017 рр. відповідно на 1934,7 та 1524,9 тис. грн., що є свідченням зростання обсягів виробленої продукції. У 2015 та 2017 рр. діяльність ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» була збитковою, і лише у 2016 р. підприємство отримало чистий прибуток в розмірі 740,5 тис. грн.

Найбільше підприємство реалізовує текстильних виробів, обсяг реалізації яких зріс у 2016-2017 рр. на 1617 та 1491 відповідно. Величина активів підприємства зростала упродовж досліджуваного періоду, і в складі активів підприємства найбільша частка належала оборотним активам. В структурі капіталу досліджуваного підприємства найбільша частка припадає на поточну кредиторську заборгованість за товари, роботи та послуги.

Зазначено, що підприємство має можливість експортувати продукції, збільшити частку ринку розширення ринків збуту, зростання прибутків. При цьому вплив факторів мікросередовища на діяльність досліджуваного підприємства на текстильному ринку України є суттєвим.

Зазначено, що господарська діяльність ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» лише у 2016 р. була прибутковою, а його фінансовий стан у 2015 та 2017 рр. був нестійким. Тому керівництву підприємства необхідно розробити заходи щодо покращання фінансових результатів діяльності підприємства. ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» на ринку має як сильні, так і слабкі сторони. Основною загрозою є зростаюча агресивна політика конкурентів, а також стрімкий розвиток вітчизняного та світового ринків текстильної продукції.

Аналіз асортиментної політики в системі імпорту компанії та оцінка її ефективності показав, що протягом досліджуваного періоду найбільше панчішко-шкарпеткового обладнання досліджуване підприємство імпортувало з Польщі. У 2015 р. підприємство імпортувало таке обладнання з Польщі та Росії, а у 2016-2017 рр., у зв'язку із загостренням політичної ситуації та агресії Росії в Криму та на сході України, підприємство налагодило зовнішньоекономічні зв'язки з імпорту панчішко-шкарпеткового обладнання з Білорусії, а імпорт з Росії припинило.

Загальна величина імпорту обладнання для виробництва шкіри та виробів зі шкіри зросла у 2016 р. на 23,3%, проте у 2017 р. спостерігалось зменшення показника на 32,7%.

При цьому найбільше контрактів на імпорт обладнання для виробництва шкіри та виробів зі шкіри підприємство уклало у 2016 р., а найменше – у 2017 р. Найбільше контрактів було виконано у 2016 р., а найменше – у 2017 р. Ступінь виконання контрактів була найвищою у 2016 р., а найнижчою – у 2017 р. Коефіцієнт ефективності імпорту був більшим за одиницю у 2015-2017 рр., оскільки підприємство отримало чистий прибуток від імпортних операцій.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КИЇВСЬКА ШКАРПЕТКОВА ФАБРИКА»

3.1. Стратегічні альтернативи оптимізації зовнішньоекономічної діяльності підприємства

В сучасних ринкових умовах головною метою діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» є досягнення конкурентних переваг в довгостроковому періоді, які нададуть високу норму прибутку та стабільне економічне зростання. З приводу забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства актуальним стає утримання наявних ринкових позицій та пошук нових можливостей, що сприятиме розширенню ринків збуту та зростанню економічної ефективності.

В умовах ринкової економіки успіх зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» і його стійке фінансове положення залежить від багатьох чинників. Один із них - це висока конкурентоздатність виробів, що випускаються. Для досягнення цієї мети необхідно постійно удосконалювати якість продукції відповідно до сучасних вимог.

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства та підвищення ефективності його імпортних операцій потрібна стратегія зовнішньоекономічної діяльності, тобто єдиний напрямок, який буде враховувати внутрішні можливості ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» та ринкові умови, в яких йому доводиться функціонувати.

Для розробки стратегії зовнішньоекономічної діяльності необхідний комплексний аналіз діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика». По-перше, треба провести комплексний аналіз ефективності імпортних операцій на засадах фінансово-економічного аналізу та складання матриці SWOT та згрупувати економічні показники, що чітко виявить внутрішні можливості підприємства.

По-друге, необхідно провести аналіз зовнішнього середовища, який включає в себе оцінку постачальників, конкурентів та споживачів, а також аналіз пропонуваного підприємством та конкурентами товарів з метою виявлення стадії життєвого циклу товару та можливості його заміни. Цей аналіз проводиться на засадах складання карти стратегічних груп для визначення положення підприємства серед конкурентів та напрямку його розвитку в наявному конкурентному середовищі. Також необхідні проведення маркетингового дослідження ринку з метою виявлення переваг споживачів та оцінка постачальників для визначення якості сировини та рівня цін на неї в даній галузі.

По-третє, для визначення привабливості тих чи інших постачальників ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» доцільно провести матричний аналіз. При проведенні матричного аналізу імпорتنих операцій підприємства найчастіше використовуються такі матриці:

- матриця BCG – аналіз темпів зростання та частки ринку;
- матриця GEM – аналіз порівняльної привабливості ринку та конкурентоспроможності;
- матриця ADL – аналіз життєвого циклу галузі та відносного положення на ринку;
- матриця Shell/DPM – аналіз привабливості ресурсоємної галузі в залежності від конкурентоспроможності.

Після проведення аналізу економічної діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» складається список стратегічних альтернатив, тобто система стратегій в із розрахунком вірогідності їх запровадження щодо досягнення загальної мети.

Після планування імпоротної діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» здійснює досягнення цілей, який залежить від організування діяльності підприємства. При плануванні імпоротної діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» необхідно враховувати такі фактори:

- відстані, від яких залежить обмін інформацією, товарами тощо;

- рівень розвитку економічних відносин;
- невизначеність, яка викликається неточністю інформації, певними змінами політичних і економічних умов діяльності, зміною ринків тощо;
- місце прийняття рішень, яке визначає рівень централізації і децентралізації;
- підходи щодо делегування повноважень і відповідальності;
- рівень конкурентної боротьби;
- вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища;
- обсяги зовнішньоекономічних операцій.

Практика показує, що останній фактор є визначальним при побудові органів управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств.

Виходячи із результатів, отриманих у попередньому розділі, варто зауважити, що ефективність імпортової діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» є високою, але є резерви для її збільшення.

Тому ми розробили пропозиції щодо покращення здійснення імпортової діяльності та ефективності здійснення імпортової діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика»:

- 1) знизити виробничу собівартість продукції;
- 2) зменшити позавиробничі витрати, сума яких складає витрати на імпорт;
- 3) знизити контрактну вартість сировини;
- 4) зменшити накладні витрати, до яких включаються транспортні витрати за базисом постачання, вантажно-розвантажувальні витрати, складські витрати, експедиторські витрати, страхові та інші витрати;
- 5) знизити витрати на акцизні збори, мито, митні збори, сума яких дорівнює вартості витрат на імпорт.

Зменшення витрат за допомогою вище запропонованих заходів дозволять підприємству знизити собівартість своєї продукції, підвищити обсяги імпорту.

Основну сировину - бавовну, а також додаткову сировину (нейлон) досліджуване підприємство імпортує з Китаю, проте такі імпорتنі операції на даний час характеризуються зниженням їх ефективності, що зумовлено значною відстанню до країни-імпортера та великими транспортними витратами. Ми пропонуємо імпортувати сировину з Туреччини, що зумовлено наступним:

- скорочення відстані від країни-імпортера (у 5,9 разів);
- зниження транспортних витрат (з Китаю сировина імпортувалась переважно повітряним транспортом з метою економії часу, проте цей вид транспорту є найдорожчим; при транспортуванні залізницею необхідно значно більше часу, висока ймовірність затримки вантажу, тим більше - в сучасних напружених відносинах з Росією; при транспортуванні з Туреччини варто використовувати морський транспорт, який забезпечує швидшу доставку вантажу, скорочення митних витрат та низький ризик затримки вантажу).

Нижче ми порівняємо витрати на дослідження ринку бавовни та нейлону Китаю та Туреччини. Також ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» необхідно вдосконалити планування витрат на імпорتنу діяльність. Планування витрат на імпорتنу діяльність передбачає визначення перспективи та майбутнього стану імпортової діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», шляхи і способи його досягнення за рахунок ефективного прогнозування витрат на імпорتنу діяльність.

З метою ефективного управління витратами на імпорتنу діяльність ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» потрібно використовувати певні моделі управління ними, а саме:

- концепція МВО («управління за цілями»), що передбачає трансформацію загальних цілей суб'єкта господарювання щодо витрат на імпорتنу діяльність у специфічні цілі, досягнення яких відбувається з використанням праці окремих працівників. Перевагою цієї моделі є спільне

встановлення цілей шляхом постійної взаємодії керуючої та керованої систем управління витратами на імпорتنу діяльність та наявності зворотного зв'язку;

- модель стратегічного управління, метою впровадження якої є розроблення комплексу дій щодо підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання;

- система збалансованих показників, що передбачає підвищення ефективності управління витратами на імпорتنу діяльність за рахунок використання чотирьох напрямів оцінювання імпоротної діяльності, а саме: фінанси, споживачі продукції, бізнес-процеси та перспективи навчання і росту працівників підприємства.

Невід'ємним елементом управлінської діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» є формування ефективної системи інформаційного забезпечення та комунікацій, враховуючи особливості кожної із стадій залучення суб'єкта господарювання до ринку, з метою швидкого накопичення відповідних знань та досвіду, оптимізації витрат на імпорتنу діяльність та розвитку імпортних операцій суб'єкта господарювання.

Отже, застосування процесно-структурованого підходу до побудови системи управління витратами на імпорتنу діяльність ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» передбачає здійснення необхідного управлінського впливу з метою досягнення цілей суб'єкта господарювання з урахуванням стадій залучення суб'єкта господарювання до ринку та впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовищ на формування витрат на імпорتنу діяльність. Власне цей підхід формує основу ефективного управління витратами на імпорتنу діяльність.

З метою удосконалення планування ЗЕД ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» необхідно створити окремий підрозділ. У відповідності з основними завданнями управління маркетингу (УМ) і новостворений відділ ЗЕЗ повинні виконувати наступні функції:

1) в частині здійснення зовнішньоекономічної і маркетингової діяльності (експортно-імпортні операції), реалізації продукції в Україні та за кордоном:

- координує роботу структурних підрозділів ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» за питаннями зовнішньоекономічної діяльності;
- підготовляє і проробляє пропозиції по установленню прямих виробничих і комерційних зв'язків з підприємствами і фірмами іноземних країн;
- здійснює самостійно або через зовнішньоторговельні організації пошук партнерів з метою здійснення експортно-імпортних операцій;
- організовує розробку, розгляд, оформлення контрактів за різними напрямками, а також реєстрацію і контроль їх виконання;
- погоджує з зовнішньоторговельними організаціями і фірмами конкретні специфікації на продукцію, що відвантажується на експорт, здійснює оперативний контроль за їх виконанням;
- здійснення контролю за реалізацією контрактів на ринку України та за кордоном;
- облік валютних надходжень і взаєморозрахунки з зовнішньоторговельними та іншими організаціями;
- проведення рекламних компаній на продукцію, що виробляється на підприємстві та експортується, а також аналіз її результатів;
- сприяння в накопиченні валютного фонду ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», розробка пропозицій по розширенню джерел його створення, визначення економічної ефективності угод, що укладаються;

2) в частині проведення роботи зі спеціалістами:

- розробка і затвердження у встановленому порядку програми перебування на підприємстві кожної делегації іноземних спеціалістів з вирішенням питань автотранспорту, місця переговорів, учасників переговорів, оформлення документів, зворотних квитків, реєстрації, розселення та ін.;

- спільно з іншими службами підготовлює і затверджує у встановленому порядку перелік відомостей про ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», які можливо повідомляти іноземним спеціалістам у ході переговорів;

- щорічно розробляти і узгоджувати у встановленому порядку маршрут пересування іноземних спеціалістів по підприємству та об'єкти, що планується показувати;

- забезпечує у разі необхідності спільно з управлінням персоналом оформлення спеціалістів ля короткострокового відрядження за кордон та інших документів, необхідних при цьому;

- проводить всю роботу по паспортно-візовому режиму спеціалістів і робітників, що приймаються, та виїжджаючих за кордон;

3) у відповідності з вимогами нормативних документів веде всі форми обліку та звітності у відповідності з затвердженим порядком;

4) здійснює телефонний, телексний та телефаксний зв'язок по внутрішньодержавному та міжнародному каналам з партнерами по Україні та СНД, з іноземними партнерами, що входять до компетенції відділу;

5) здійснює безпосереднє керівництво і контроль за безпечним веденням технологічних процесів і безпечною експлуатацією технологічного обладнання у відповідності з вимогами нормативних актів по охороні праці.

Структура відділу ЗЕЗ включає в себе три бюро, до функцій яких відносяться:

1. Бюро маркетингу:

- дослідження кон'юнктури ринку;
- аналіз світових цін;
- вивчення динаміки попиту та пропозиції на ринках;
- пошук нових партнерів;
- робота по запитам іноземних фірм, розсилання рекламної інформації та прайс-листів;

– впровадження спільної з іншими структурними підрозділами ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» роботи по визначенню можливості виробництва нових видів продукції.

2. Бюро ведення контрактів:

- розробка текстів контрактів, ведення передконтрактової роботи;
- реєстрація контрактів в Міністерстві зовнішньоекономічних зв'язків і торгівлі України;
- отримання ліцензій та інших необхідних документів;
- ведення обліку і підготовка звітності по контрактам спільно з фінансовим відділом і бухгалтерією;
- здійснення претензійної роботи спільно з юридичним відділом.

3. Бюро митного декларування:

- оформлення експортно – імпорتنих вантажів в митному відношенні;
- ведення обліку обсягу експорту / імпорту.

Обов'язки начальника відділу ЗЕЗ ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» наступні:

- керувати підлеглим персоналом, здійснювати контроль і координувати роботу відділу;
- розробляти проекти договорів та угод;
- забезпечувати контроль за своєчасним надходженням по імпорту обладнання, запасних частин, сировини, напівфабрикатів;
- організовувати підготовку проектів і отримання експортно-імпорتنих ліцензій і реєстраційних карток у відповідних інстанціях і контролювати їх використання;
- забезпечувати своєчасне виконання функцій, пов'язаних з декларуванням експортних (імпорتنих) вантажів і оформленням встановлених митних заходів;

- забезпечувати координовані дії персоналу відділу з структурними підрозділами комбінату, оперативне регулювання ходом виконання завдань, що стоять перед відділом;

- дотримуватися комерційної таємниці по інформації, що отримана за посадою, контролювати дотримання комерційної конфіденційності підлеглим персоналом;

- вживати заходи по вдосконаленню організації праці і управління в відділі на науковій основі;

- підвищувати свій професійний рівень, створювати умови для підвищення кваліфікації і рівня знань підлеглому персоналу;

- розглядати звернення робітників і повідомляти у встановлені строки результати розгляду у відповідності з Законом України «Про звернення громадян»;

- удосконалювати форми і методи роботи відділу, впроваджувати сучасні засоби оргтехніки з урахуванням провідного вітчизняного і іноземного досвідів в сфері організації зовнішньоекономічної діяльності;

- ознайомлювати підлеглих з посадовими інструкціями і іншою розпорядчо-правовою документацією та затверджувати факт їх ознайомлення особистим підписом;

- забезпечувати своєчасне оформлення і надання у встановленому порядку документації, відповідно до затверджених форм на розгляд і підпис начальника управління маркетингу, забезпечуючи її вірогідність;

- вживати заходи по виконанню оперативних завдань керівництва комбінату;

- організовувати впровадження документації системи якості, підвищувати ефективність її функціонування;

- виконувати вимоги, прийняті у ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика».

Окрім дослідження ринків, даний структурний підрозділ повинен формувати та поповнювати базу потенційних постачальників, за послугами до яких підприємство зможе звернутись при невиконанні умов контракту іншими

постачальниками або при настанні форс-мажорних обставин, а також здійснювати планування ЗЕД підприємства.

У 2016-2017 рр. високий відсоток невиконаних контрактів був обумовлений коливаннями курсу долара та національної грошової одиниці, тому деякі з договорів підприємство було змушене розірвати достроково.

Як відомо, затримка поставки сировини призводить до збільшення термінів виконання підприємством замовлень, що негативно впливає на його прибуток, а високі ціни постачальників зумовлюють високу вартість товарів, які виробляє підприємство в Україні.

Так, у 2015 р. невиконання 1 контракту призвело до втрати прибутку внаслідок наступних факторів:

- невчасно виконано замовлення вітчизняного підприємства, внаслідок чого ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» за умовами договору був змушений сплатити штраф у розмірі 32,5 тис. грн.;

- в результаті зриву контрактів підприємство було змушене купувати сировину у вітчизняних дистриб'юторів, ціна яких в результаті була вищою на загальну суму 73,1 тис. грн.;

- коливання курсу національної валюти по відношенню до долара США призвело до втрати 21,7 тис. грн.

У 2016 р. не було виконано 4 контракти, що призвело до втрати підприємством 11,2 тис. грн. через наступні фактори:

- зрив 1 договору на поставку великої партії шкарпеткових виробів у Київській області через невчасну поставку необхідної сировини призвів до збитку у 45,7 тис. грн.;

- коливання курсу долара США зумовила втрату 23,4 тис. грн.;

- невиконання постачальниками контрактів змусило підприємство терміново укласти контракт з іншими постачальниками, ціни яких були дещо вищими, в результаті чого збиток склав 53,8 тис. грн.

У 2017 р. зрив 5 контрактів привів до загального збитку у 139,4 тис. грн.

Головним структурним підрозділом ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» по закупівлі сировини і збуту продукції є управління маркетингу та збуту. Управління маркетингу і збуту (УМЗ) - це самостійний структурний підрозділ, що забезпечує ефективні умови закупівлі сировини та збуту готової продукції з максимальною економічною ефективністю, ведення договірної роботи на вигідних умовах. Структурним підрозділом УМЗ повинен стати новостворений відділ зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ).

Отже, ми довели, що підприємству на даному моменту необхідно створити окремий структурний підрозділ, який буде досконало аналізувати всі можливі потенційні ринки з метою визначення постачальників кращої продукції з оптимальними цінами.

Таким чином, ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» необхідно оптимізувати організаційну структуру управління та створити спеціальний відділ зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ).

3.2. Економічне обґрунтування запропонованих заходів та оцінка рівня їх ефективності

В таблиці 3.1 наведено прогнозні показники ефективності створення відділу ЗЕЗ.

Таблиця 3.1. Оцінка ефективності створення відділу ЗЕЗ ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», тис. грн.

Показники	Період		Відхилення	
	факт	прогноз	абсолютне	темп приросту, %
Витрати на оплату праці	3759	3903	144	3,8
Виконання контрактів, %	82,1	95,0	12,9	-
Ефективність імпорту, %	1,14	1,80	0,66	-

[Складено автором]

Отже, хоча витрати на оплату праці й зростуть на 144 тис. грн., в результаті підприємство зможе збільшити відсоток виконання контрактів на 12,9 в.п., а ефективність імпорту – на 0,66 в.п.

На нашу думку, вищенаведені розрахунки підтверджують доцільність створення відділу ЗЕЗ ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», тим більше, що у подальшому підприємство буде розширювати кількість постачальників та країн-імпортерів.

Результати використання запропонованих заходів вдосконалення управління імпортною діяльністю ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» та їх вплив на результати діяльності підприємства наведемо в табл. 3.2.

Таблиця 3.2. Результати використання запропонованих заходів вдосконалення управління імпортною діяльністю ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» та їх вплив на результати діяльності підприємства

Показники	Факт	Прогноз	Відхилення	
			абсолютне, тис. грн.	відносне, %
Кількість укладених контрактів, шт.	28	38	10	35,7
Кількість виконаних контрактів, шт.	23	36	13	56,5
Відсоток виконання контрактів, %	82,1	94,7	12,6	-

[Складено автором]

З метою дослідження ефективності імпортної діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» у 2017 р. та її доцільності в розрізі товарної структури планування показників було здійснене фахівцями-аналітиками фінансово-економічного департаменту. З цією метою фахівці використовували динаміку попередніх років, прогнозні дані імпорту та загального обсягу виробництва., а також загальносвітові тенденції розвитку ринку.

Як бачимо з таблиці, внаслідок запропонованих заходів ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» зможе досягти зростання кількості виконаних контрактів, отже, запропоновані заходи вдосконалення управління імпортною діяльністю ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» є економічно ефективними,

тому їх впровадження рекомендоване для збільшення ефективності імпортової діяльності підприємства.

Зазначимо, що імпорт сировини з Китаю здійснюється тому, що її вартість є нижчою, а якість - високою. Проте протягом останніх років значно зросли витрати на здійснення імпортних операцій, і даний фактор нівелює ті переваги імпорту з Китаю, які були визначальними декілька років тому. Тому необхідно розрахувати, на яких саме характеристиках імпортних операцій досліджуваному підприємству варто зконцентруватись - на нижчій вартості сировини або ж на зниженні загальних витрат на здійснення імпортних операцій. Для цього наведемо витрати на імпорт сировини з Китаю, які здійснювались підприємством упродовж останніх років (адже сировина імпортувалась лише з Китаю, а інші ринки не розглядались), та з інших країн (табл. 3.3).

Таблиця 3.3. Вартість імпорту сировини з різних країн, дол. США

Показники	Імпорт		
	з Китаю	з Туреччини	з Польщі
Імпортна вартість 1 т сировини			
- бавовна	7211	7522	8012
- нейлон	3021	3298	3406
Витрати на імпорт:	3168	1666	1635
✓ транспортні витрати	2620	1146	1102
✓ митні платежі	361	376	401
✓ страхування вантажів	187	144	132
Загальна вартість імпорту 1 т бавовни	10379	9188	9647
Загальна вартість імпорту 1 т нейлону	6189	4964	5041

[Складено автором]

Отже, найменша вартість імпорту - з Туреччини, проте в Туреччині є декілька виробників, які пропонують сировину потрібної якості та характеристик. Розглянемо їх пропозиції (табл. 3.4).

Таблиця 3.4. Вартість імпорту сировини з Туреччини різних виробників, дол. США

Показники	Туреччина		
	Turkey Fabric Factory	Text Market Ltd	Turkey Textile Company
Бавовна	7695	7618	7522
Нейлон	3398	3370	3298
Витрати на імпорт	1637	1599	1666
Загальна вартість імпорту 1 т бавовни	9332	9217	9188
Загальна вартість імпорту 1 т нейлону	5035	4969	4964

[Складено автором]

Отже, найкраща пропозиція - компанії «Turkey Textile Company». Для розрахунку ефективності переорієнтації імпортової діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» з Китаю на Туреччину визначимо фактичну та планову собівартість продукції (табл. 3.5).

Таблиця 3.5. Собівартість продукції ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика»

Показники	Імпорт		Відхилення	
	з Китаю	з Туреччини	абсолютне	темп приросту, %
Собівартість на 1 грн. чистого доходу від реалізації продукції, в т.ч.:	0,814	0,708	-0,106	-13,02
- бавовна	0,226	0,233	0,007	3,10
- нейлон	0,092	0,109	0,017	18,48
- інша сировина	0,147	0,147	0	0,00
- витрати на імпорт бавовни та нейлону:	0,256	0,126	-0,13	-50,78
✓ транспортні витрати	0,102	0,037	-0,065	-63,73
✓ митні платежі	0,071	0,042	-0,029	-40,85
✓ страхування вантажів	0,033	0,027	-0,006	-18,18
✓ втрата прибутку через затримку вантажу чи збільшення тривалості операції з імпорту з вини імпортера	0,05	0,02	-0,03	-60,00
- інші витрати	0,093	0,093	0	0,00
Ефективність на 1 грн. реалізованої продукції	0	-0,106	-0,106	x
Загальна ефективність при незмінному обсязі реалізації, тис. грн.	x	752,7	752,7	x

[Складено автором]

Як бачимо, ефективність переорієнтації імпортої діяльності досліджуваного підприємства обумовлена наступним:

- менші витрати при імпорті;
- зменшення ризику невиконання імпортних контрактів постачальниками.

Навіть з урахуванням того, що вартість бавовни та нейлону є вищою при імпорті з Туреччини, економія транспортних, митних та страхових витрат є значною. Загалом на 1 грн. реалізованої продукції економія складає 0,106 грн., тобто 13,02%, що підтверджує ефективність запропонованих заходів.

Тому ми пропонуємо частину сировини імпортувати з Туреччини, а саме - сировину, яку пропонує компанія «Turkey Textile Company», адже вона пропонує найнижчі ціни та гарну якість сировини. Проте для деяких текстильних виробів досліджуване підприємство повинне продовжувати імпортувати бавовну з Китаю, адже вона має інші характеристики, аніж турецька бавовна - висока щільність та міцність волокон (для виробництва шкарпеток), а також нейлон (висока здатність до розтягування волокон при високій міцності матеріалу).

Стратегія взаємодії ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» з постачальниками має будуватися з дотриманням таких принципів:

- стратегічна стійкість;
- відповідність фундаментальним цінностям;
- єдність інтересів;
- розвиток партнерства;
- плановість;
- повне та достовірне інформування;
- гнучкість;
- підтримання безпеки.

Серед етапів формування та розвитку стратегії взаємодії з постачальниками необхідно виділити такі:

- 1) попередня (передконтрактна) оцінка постачальника.
- 2) проведення конкурсів постачальників (за необхідністю);
- 3) підготовка необхідної документації та первісна оцінка можливостей постачальника;
- 4) укладення контракту;
- 5) коригування умов роботи з постачальником при набутті досвіду в результаті контролю за його діяльністю (переоцінка);
- 6) реабілітація або відновлення стосунків з постачальником, наявності істотних порушень в ланцюжку постачань або розриву контракту.

Вибір постачальників передбачає вирішення певних завдань:

- визначення постачальників найбільш конкурентоздатних товарів;
- визначення постачальників, які дозволяють сформувати ефективний ланцюжок постачань.
- прогнозування змін попиту та кон'юнктури ринку.
- визначення необхідних резервів в ціновій, асортиментній і комунікаційній політиці підприємства.
- формування програм діяльності в умовах зміни попиту та кон'юнктури ринку.

Під час вибору постачальників ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» має висувати комплекс вимог, який формується залежно від:

- 1) стратегії розвитку підприємства, механізмів забезпечення його стійкості, гнучкості та адаптивності;
- 2) системи управління конкурентоспроможністю, включаючи систему розвитку конкурентного потенціалу, ключових компетенцій і конкурентних переваг, а також тих динамічних здібностей, якими володіє підприємства в сучасних умовах;
- 3) бачення стосунків з постачальниками, оптимізації існуючої моделі взаємодії;
- 4) орієнтації на підвищення конкурентоспроможності та проникнення на нові ринки.

Дослідження існуючої стратегії взаємовідносин ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» із постачальниками свідчать про значущість постачальників для забезпечення конкурентоспроможності підприємства і необхідності формування механізму удосконалення ланцюжка цінностей. Пропонуємо до елементів цього механізму обов'язково включати наступні:

1. Методологічний підхід, що дає змогу дозволяє виявити усі «ланки» ланцюжка цінностей, елементи усіх витрат та витратоутворюючі чинники у виробничому процесі.
2. Формування системи обліку виробничих та інших витрат за їх видами та стадіями збутового процесу та окремими «ланками» ланцюжка цінностей.
3. Визначати конкурентні переваги на основі зниження витрат та диверсифікації товарів/постачальників-імпортерів.
4. Перебудова ланцюжка цінностей з урахуванням досвіду й можливостей, вплив на ланцюжок цінностей постачальників-імпортерів.
5. Дотримання стратегічного процесу управління підприємством рівнем його конкурентоспроможністю на основі планів, що враховують розширення можливостей щодо імпоротної діяльності.
6. Удосконалення підходів до роботи із споживачами й покращення внутрішнього середовища.
7. Коригування місії підприємства і концепції управління господарською діяльністю та імпортними операціями.

Також варто зазначити, що зрив контрактів, що призвело до фінансових втрат підприємства, обумовлено також і неналежним матеріально-технічним забезпеченням виробництва, а саме – орієнтацією на імпортну сировину, її відсутність на складах чи неналежна її кількість.

Також, з метою покращання імпортних операцій та підвищення їх ефективності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» необхідно дослідити якомога більшу кількість ринків та можливих (потенційних) постачальників. Фахівцям з маркетингу та збуту ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» необхідно формувати та розширювати базу потенційних постачальників. Так,

якщо підприємство уклало контракт на імпорт бавовни та нейлону з одним постачальником, який в силу різних причин не виконав умови контракту, підприємство несе збитки. Тому, з метою нівелювання таких наслідків, йому необхідно мати базу потенційних постачальників, які зможуть в разі форс-мажорних обставин швидко поставити необхідну продукцію для ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» та забезпечити вчасне виконання ним своїх договірних зобов'язань перед іншими замовниками (табл. 3.6).

**Таблиця 3.6. Ступінь виконання контрактів на поставку продукції
ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика»**

Показники	Роки		Відхилення	
	факт	прогноз	абсолютне	темп приросту, %
Укладено контрактів на поставку сировини, од.	28	32	4	14,3
Імпортовано продукцію за укладеними контрактами, од.	23	30	7	30,4
Ступінь виконання контрактів, %	82,1	93,8	11,7	-

[Складено автором]

Отже, маючи базу потенційних постачальників та їх вчасна заміна при невиконанні контракту іншими постачальниками підприємство зможе збільшити ступінь виконання контрактів на 11,7%.

Висновки до розділу 3

За результатами проведеного дослідження зроблено наступні висновки:

Основну сировину - бавовну, а також додаткову сировину (нейлон) досліджуване підприємство імпортує з Китаю, проте такі імпортні операції на даний час характеризуються зниженням їх ефективності, що зумовлено значною відстанню до країни-імпортера та великими транспортними витратами. Для визначення привабливості тих чи інших постачальників ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» доцільно провести матричний аналіз. Після планування імпоротної діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика»

здійснює досягнення цілей, який залежить від організування діяльності підприємства. Раніше з Китаю сировина імпортувалась переважно повітряним транспортом з метою економії часу, проте цей вид транспорту є найдорожчим; при транспортуванні залізницею необхідно значно більше часу, висока ймовірність затримки вантажу, тим більше - в сучасних напружених відносинах з Росією; при транспортуванні з Туреччини варто використовувати морський транспорт, який забезпечує швидшу доставку вантажу, скорочення митних витрат та низький ризик затримки вантажу. Невід'ємним елементом управлінської діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» є формування ефективної системи інформаційного забезпечення та комунікацій, враховуючи особливості кожної із стадій залучення суб'єкта господарювання до ринку.

2. Наведені у дослідженні розрахунки підтверджують доцільність створення відділу ЗЕЗ ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», тим більше, що у подальшому підприємство буде розширювати кількість постачальників та країн-імпортерів. Внаслідок запропонованих заходів ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» зможе досягти зростання кількості виконаних контрактів, отже, запропоновані заходи вдосконалення управління імпортною діяльністю ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» є економічно ефективними, тому їх впровадження рекомендоване для збільшення ефективності імпортної діяльності підприємства. Навіть з урахуванням того, що вартість бавовни та нейлону є вищою при імпорті з Туреччині, економія транспортних, митних та страхових витрат є значною. Загалом на 1 грн. реалізованої продукції економія складає 0,106 грн., тобто 13,02%, що підтверджує ефективність запропонованих заходів. Дослідження існуючої стратегії взаємовідносин ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» із постачальниками свідчать про значущість постачальників для забезпечення конкурентоспроможності підприємства і необхідності формування механізму удосконалення ланцюжка цінностей.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження сформульовано ряд висновків:

Наведено особливості організаційного забезпечення імпорتنих операцій підприємства та зазначено, що зовнішньоекономічна операція - це частина такої ж діяльності, тобто імпортна операція - це складова імпоротної діяльності підприємства. Імпортні операції - це такий тип операцій, в процесі виконання яких суб'єкт із певної країни залучає із виплатою відповідної грошової компенсації продукції з іншої країни з обов'язковим ввезенням даної продукції на територію країни-імпортера, а сама операція передбачає можливість споживання цього товару суб'єктами різних видів діяльності, розміщених за кордоном. Логічним є припущення того, що імпорт продукції все-таки передбачає перетин кордону, а наслідком цього є заповнення вантажно-митної декларації, що є невід'ємною складовою імпоротної діяльності суб'єкта господарювання. Сукупність укладених і виконаних фірмою-імпортером імпорتنих операцій є формою здійснення в реальному житті зовнішньоекономічної діяльності та опосередкування зовнішньоекономічних зв'язків на мікроекономічному рівні. В економічній літературі аналізу на ефективність піддавалися зовнішньоекономічна діяльність і зовнішньоекономічні зв'язки на різних управлінських рівнях, народного господарства в цілому, галузі та підприємства.

Розглянуто методичні підходи до здійснення економічної оцінки та визначення ефективності імпорتنих операцій на підприємствах та зроблено висновок, що закономірним відбиттям наявного загального існування концепцій оцінки ефективності діяльності в сфері ЗЕД є виникнення та поширення різних підходів до визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності, серед яких слід відзначити такі: витратний, балансовий, порівняльний, індикаторний, збалансованої оцінки. Основною метою проведення аналізу міжнародних комерційних операцій підприємства є підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства і

пошук її резервів. Щоб визначити ефективність імпорتنих операцій підприємства, важливо знати валютну ефективність імпорту. Показник валютної ефективності імпорتنих операцій насамперед характеризує купівельну силу валюти, її курс.

Наведено загальну характеристику діяльності компанії та імпорتنих операцій на ринку України, а саме - ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» - підприємство України, яке здійснює текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів. Основним видом економічної діяльності є виробництво панчішно-шкарпеткових виробів. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства показав, що чистий дохід від реалізації продукції підприємства зростав у 2016-2017 рр. відповідно на 1934,7 та 1524,9 тис. грн., що є свідченням зростання обсягів виробленої продукції. При цьому інші операційні доходи підприємства зросли лише у 2016 р. (на 408,8 тис. грн.). Собівартість реалізованої продукції зменшилась у 2016 р. на 686,8 тис. грн., проте у 2017 р. відбулось зростання її величини на 1588,5 тис. грн. У 2015 та 2017 рр. діяльність ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» була збитковою, і лише у 2016 р. підприємство отримало чистий прибуток в розмірі 740,5 тис. грн. Найбільше підприємство реалізовує текстильних виробів, обсяг реалізації яких зріс у 2016-2017 рр. на 1617 та 1491 відповідно.

Надано оцінку конкурентоспроможності підприємства на ринку панчішно-шкарпеткових виробів України та зазначено, що за результатами аналізу показників ділової активності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» бачимо, що зростання коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості у 2016 р. говорить про збільшення швидкості сплати заборгованості підприємства. Ця динаміка підтверджується зменшенням строків погашення кредиторської заборгованості у 2016 р. Проте негативним моментом є зменшення коефіцієнта у 2017 р. та зростання строку погашення кредиторської заборгованості підприємства. Таким чином, господарська діяльність ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» лише у 2016 р. була

прибутковою, а його фінансовий стан у 2015 та 2017 рр. був нестійким. ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» на ринку має як сильні, так і слабкі сторони. Основною загрозою є зростаюча агресивна політика конкурентів, а також стрімкий розвиток вітчизняного та світового ринків текстильної продукції.

Проведено аналіз асортиментної політики в системі імпорту компанії та оцінка її ефективності та визначено, що протягом досліджуваного періоду найбільше панчішко-шкарпеткового обладнання досліджуване підприємство імпортувало з Польщі. У 2015 р. підприємство імпортувало таке обладнання з Польщі та Росії, а у 2016-2017 рр., у зв'язку із загостренням політичної ситуації та агресії Росії в Криму та на сході України, підприємство налагодило зовнішньоекономічні зв'язки з імпорту панчішко-шкарпеткового обладнання з Білорусії, а імпорт з Росії припинило. Загальна величина імпорту обладнання для виробництва шкіри та виробів зі шкіри зросла у 2016 р. на 23,3%, проте у 2017 р. спостерігалось зменшення показника на 32,7%. Коефіцієнт ефективності імпорту був більшим за одиницю у 2015-2017 рр., оскільки підприємство отримало чистий прибуток від імпортних операцій.

Наведено стратегічні альтернативи оптимізації зовнішньоекономічної діяльності підприємства, а саме - зазначено, що в умовах ринкової економіки успіх зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» і його стійке фінансове положення залежить від багатьох чинників. Один із них - це висока конкурентоздатність виробів, що випускаються. Запропоновано здійснити переорієнтацію імпоротної діяльності з Китаю до Туреччини, що обумовлено наступним: менші витрати при імпорті та зменшення ризику невиконання імпортних контрактів постачальниками. Також з метою удосконалення планування ЗЕД ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» необхідно створити окремий підрозділ. З метою оцінки ефективності запропонованих заходів було наведено розрахунки, які підтверджують доцільність створення відділу ЗЕЗ ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика», тим більше, що у подальшому підприємство буде розширювати кількість постачальників та країн-імпортерів.

Здійснено економічне обґрунтування запропонованих заходів та оцінка рівня їх ефективності та доведено, що з Китаю сировина імпортувалась переважно повітряним транспортом з метою економії часу, проте цей вид транспорту є найдорожчим; при транспортуванні залізницею необхідно значно більше часу, висока ймовірність затримки вантажу, тим більше - в сучасних напружених відносинах з Росією; при транспортуванні з Туреччини варто використовувати морський транспорт, який забезпечує швидшу доставку вантажу, скорочення митних витрат та низький ризик затримки вантажу. Навіть з урахуванням того, що вартість бавовни та нейлону є вищою при імпорті з Туреччині, економія транспортних, митних та страхових витрат є значною. Загалом економія складає 13,02%, що підтверджує ефективність запропонованих заходів. Також, з метою покращання імпортних операцій та підвищення їх ефективності ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» необхідно дослідити якомога більшу кількість ринків та можливих (потенційних) постачальників. Наведені розрахунки засвідчили ефективність запропонованих заходів: при переорієнтації імпортової діяльності зменшиться собівартість виробленої продукції, а при здійсненні організаційних змін знизиться відсоток невиконаних контрактів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Господарський Кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV.
2. Закон України «Про економічну самостійність Української РСР» від 03.08.1990 № 142-XII.
3. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959-XII.
4. Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» від 23.09.1994 № 185/94-ВР.
5. Закон України «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі ЗЕД» від 23.12.1998 № 351-XIV.
6. Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.1996 № 93/96-ВР.
7. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР.
8. Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI.
9. Постанова КМУ «Про деякі питання врегулювання товарообмінних (бартерних) операцій у сфері ЗЕД» від 29.04.1999 № 756.
10. Бабець Є.К. Управління зовнішньоекономічною діяльністю з позицій функцій менеджменту / Є.К. Бабець, В.І. Шалацький // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – Вип. 26. – С. 36-41.
11. Бліхар М.М. Реформування митно-тарифної політики України з використанням досвіду країн ЦСЄ в контексті вступу до СОТ // Зовнішня торгівля: Право та економіка. - № 2 (37). – 2008. – С. 56 – 60.
12. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. 4-е изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 1999. – 1248 с.
13. Бондаренко Л.М. Формування та розвиток зовнішньоекономічного потенціалу регіону / Л.М. Бондаренко // Збірник наукових праць ВНАУ. – 2013. - № 2(77). – С. 11-23.

14. Буланий О.О. Світовий досвід сучасного митно-тарифного регулювання та застосування його в Україні // Актуальні проблеми економіки. – 2006. - № 9 (63). – С. 7 – 13.
15. Гребельник О.П. Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 696 с.
16. Дахно І.І. Міжнародна економіка [навч.посіб.] / І.І. Дахно. – К: МАУП, 2002. – 216 с.
17. Должанський І.З. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства в умовах глобалізації / І.З. Должанський // Часопис економічних реформ. – 2012. - № 3(7). – С. 47-51.
18. Економічний енциклопедичний словник: у 2 т. / [під ред. С.В. Мочерного]. – Львів: Світ, 2005. – Т. 1. – 616 с.
19. Заєць М.М. Теоретичні концепції управління ЗЕД підприємств / М.М. Заєць // Вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 19.7. – С. 78-90.
20. Завадський Й.С., Осовська Г.В., Юшкевич О.О. Словник економічних термінів: менеджмент, маркетинг, підприємництво: навчально-методичний посібник. – Житомир: ЖІТІ, 1999. – 444 с.
21. Зборовська Ю.Л. Механізм реалізації експортного потенціалу підприємств / Ю.Л. Зборовська, О.О. Школьний // Інноваційна економіка. – 2012. - № 4(30). – С. 19-24.
22. Іванишина О.А. Стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства / О.А. Іванишина // Науковий вісник РДГУ. – 2014. - № 1. – С. 112-117.
23. Ключевська А. Зовнішньоторговельні відносини України в контексті вибору її інтеграційного вектора / А. Ключевська // Дослідження міжнародної економіки: Збірник наукових праць. – 2013. - Випуск 2(67). – С. 5-9.
24. Ліманський А. Міжнародні орієнтації підприємств на сучасному ринку – маркетинговий аспект / А. Ліманський, Драбик І. // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. - № 10. – С. 27-31.

25. Лопарьова М.І. Методичні підходи до оцінки ефективності ЗЕД підприємств / М.І. Лопарьова // Економічні науки. – 2010. - № 14. - С. 112-120.
26. Любива Ю.В. Місце та роль фіскальної функції серед інших функцій митних органів // Вісник АМСУ. – 2009. – № 1 – С. 94 – 97.
27. Лютко М.М. Характеристика економічних зв'язків України та ЄС / М.М. Лютко // Економічний форум. – 2015. - № 2. – С. 12-19.
28. Майданюк Т.Г. Рівні планування зовнішньоекономічної діяльності підприємств / Т.Г. Майданюк, В.В. Соколовська // Інноваційна економіка. – 2013. – Вип. 11. – С. 17-19.
29. Макогон Ю.В. Внешнеэкономическая деятельность: практика, управление, организация, регулирование / Ю.В. Макогон. – Донецк : ДонГУ, 2001. – 228 с.
30. Маргасова В.Г. Аналіз фінансових результатів зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання / В.Г. Маргасова, А.В. Роговий, В.В. Виговська // Актуальні проблеми економіки: наук. економ. журнал. – 2009. – № 3 (93). – С. 207-213.
31. Маркетинговий менеджмент : підруч. / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. – К. : Хімджест, 2008. – 720 с.
32. Мельник О. Індикатори оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О. Мельник, Ю.Логвіненко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2015. - №15 (599). – С.124-130.
33. Механізм економічної політики: Навчальний посібник / Ю. М. Уманців, О. І. Міняйло, В. І. Косик. - Івано-Франківськ: Місто НВ, 2010. - 436 с.
34. Міжнародна економіка: Навчальний посібник / Солонінко К. С. - К.: Кондор, 2008.- 380 с.
35. **Міжнародний маркетинг**: в питаннях та відповідях: навч. посіб. / За ред. М. Барановської, Ю. Козака, С. Смычека, - К.: Центр учбової літератури, 2013. - 302 с.

36. Навицький В.Є Зовнішньоторговельна політика: загальні цілі та актуальні проблеми для України / В.Є. Навицький // Збірник наукових праць ВНАУ. – 2013. – Вип. 17. – С. 44-49.
37. Овдіюк О.А. Пріоритетні напрями економічного співробітництва України та ЄС / О.А. Овдіюк // Науковий вісник НУВГП. – 2015. - № 61. – С. 44-49.
38. Овсійчук О.М. Перспективи розвитку ЗЕЗ України та ЄС / О.М. Овсійчук // Регіональна економіка. – 2014. - № 12. – С. 48-53.
39. Онищенко О.А. Реалізація зовнішньоторговельної політики України / О.А. Онищенко // Регіональна економіка. – 2015. - № 5. – С. 8-12.
40. Павленко І.І., Варяниченко О.В., Навроцька Н.А. Міжнародна торгівля та інвестиції. . - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 256 с.
41. Парова Л. Стратегічне планування ЗЕД промислового підприємства / Л. Парова, Є. Хоменко // Науковий вісник РДГУ. – 2012. – Вип. 17(102). – С. 55-61.
42. Пілецька С.Т. Формування механізму зовнішньоекономічної діяльності підприємства / С.Т. Пілецька // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2010. - № 2. – С. 70-73.
43. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер ; [пер. с англ. И. Минервин.] – М.: АльпинаБизнес Букс, 2005. – 454 с.
44. Портер М. Конкуренция: Пер. з англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. — 219 с.
45. Пригара О. Методика аналізу привабливості міжнародних товарних ринків в умовах глобалізації світогосподарських процесів / О. Пригара // Регіональний розвиток економіки. – 2014. - № 12. – С. 15-21.
46. Приступа О.О. Новий етап зовнішньоекономічних зв'язків України / О.О. Приступа // Наукові записки РДГУ. - 2016.- № 1. - С.11-14.

47. Приступлюк В.В. Особливості зовнішньоторговельної політики України в сучасних умовах / В.В. Приступлюк. // Збірник наукових праць НУВГП. – 2015. – Вип. 22(141). – С. 88-92.
48. Приступлюк В.О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств України: аналіз основних показників експорту та імпорту / В.О. Приступлюк // Збірник наукових праць НУВГП. – 2015. - № 2(17). – С. 21-29.
49. Пшик-Ковальська О.О. Чинники впливу на формування зовнішньоекономічної діяльності / О.О. Пшик-Ковальська, Х.С. Передало // Вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.8. – С. 296-301.
50. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 496 с
51. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / [Дахно І.І., Барановська В.М., Бовтрук Ю.А. та ін.]; За ред. І.І. Дахна. – К.: Центр учбової латератури, 2009. – 472 с.
52. Рокоча В. В. Міжнародна економіка / В. В. Рокоча. – К. : Таксон, 2010. – Кн. 1. Міжнародна торгівля: теорія та політика. – 320 с.
53. Решетняк К.Е. Зовнішньоекономічні операції виробничого підприємства / К.Е. Решетняк // Стратегічні пріоритети. – 2013. - № 29. – С. 14-22.
54. Румянцев А. Зовнішньоекономічна діяльність: Навч. посібник / А.П. Румянцев, Н.С. Румянцева. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 384 с.
55. Савченко В.Ф. Національна економіка: навч. посіб. / В.Ф. Савченко. - К. : Знання, 2011. - 309 с.
56. Саллі В. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібник / В.І. Саллі, О.В. Трифонова, В.Я. Швець. — К.: Професіонал, 2003. — 176 с.
57. Свириденко Р.І. Сучасний стан та перспективи розвитку зовнішньоторговельної політики України / Р.І. Свириденко // Економічний форум. – 2013. - № 9. – С. 2-6.

58. Соколовська В.М. Формування експортного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання / В.М.Соколовська // Ефективна економіка. – 2009. - № 2. – С. 17-21.

59. Солонінко К.С. Міжнародна економіка: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2008. – 312 с.

60. Солошенко Л. Внешнеэкономическая деятельность: организация и документальное оформление / Л.Ю. Солошенко. — Харьков: Фактор, 2001. — 173 с.

61. Сосновська О.П. Теоретичні засади формування зовнішньоекономічного потенціалу прикордонного регіону / О.П. Сосновська // Науковий вісник ЛДУВС. – 2012. - № 2. – С. 367-378.

62. Стаднік А.І. Пріоритетність національних інтересів у світлі стратегії національної безпеки України / А.І. Стаднік // Стратегічна панорама. – 2013. – № 3. – С. 11-18.

63. Старостина А. А. Маркетинговые исследования. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. — 411 с.

64. Старостіна А.О. Міжнародні маркетингові дослідження та управління ризиками – важливі чинники підвищення конкурентоспроможності підприємств / А.О. Старостіна, В.А. Кравченко // Теоретичні та прикладні питання економіки. – Вип. 26. – С. 14-26.

65. Старостіна А.О., Длігач А.О., Кравченко В.А. Промисловий маркетинг: Теорія, світовий догляд, українська практика: Підручник / За ред. А.О. Старостиної. – К.: Знання, 2005. – 764 с.

66. Стельмахук Н.А. Перспективи зовнішньоекономічних зв'язків України в економічному світовому співтоваристві / Н.А. Стельмахук // Інноваційна економіка. – 2012. - № 2(28). – С. 302-305.

67. Сухарський В. Менеджмент ЗЕД: Навч. посіб. / В.О. Сухарський. - Тернопіль: Астон, 2003. – 464 с.

68. Сущенко О.А. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств регіону в умовах глобальних зрушень / О.А. Сущенко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2015. – Вип. 22.1. – С. 105-112.

69. Твердохлєб Є.С. Особливості управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства / Є.С. Твердохлєб // Економічний форум. – 2011. - № 14. – С. 70-76.

70. Тюріна Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність виробничого підприємства та оцінка її ефективності / Н.М. Тюріна // Молодий вчений. – 2015. - № 2. – С. 117-122.

71. Фінансове регулювання зовнішньоекономічної діяльності: теоретичні узагальнення щодо сутності та змісту : монографія / під заг. ред. д-ра екон. наук, проф. В. С. Пономаренка, д-ра екон. наук, проф. М. О. Кизима, канд. екон. наук, доц. О. Г. Зима // Лібермановські читання-2010: економічна спадщина та сучасні проблеми. — Х. : ФОП Павленко О. Г.; ВД «ІНЖЕК», 2010. — С. 427—440.

72. Харченко С.М. Стратегічні напрями розвитку зовнішньоторговельної політики України / С.М. Харченко // Макроекономіка. – 2014. - № 2. – С. 14-17.

73. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки / Т.Б. Харченко // АПК. - 2013. - № 2. - С. 70-73.

74. Хоменчук А.І. Сучасний вектор зовнішньоторговельної політики України / А.І. Хоменчук // Економічні науки. – 2013. - № 11. – С. 5-8.

75. Хоміч Р.Т. Удосконалення зовнішньоторговельної політики України / Р.Т. Хоміч // Стратегічні орієнтири. – 2014. - № 7. – С. 45-49.

76. Хомутенко Я.В. Удосконалення експортної політики України та оцінка ефекту зони вільної торгівлі з ЄС на основі гравітаційної моделі / Я.В. Хомутенко // Вісник ЖДТУ. – 2014. - № 2(68). – С. 206-212.

77. Хом'як С. Зовнішньоекономічний аналіз: Підручник / С.О. Хом'як. — Чернівці: Рута, 2003. — 576 с.

78. Циганкова Т.М. Міжнародна торгівля [Текст] / Т.М. Циганкова, Л.П. Петрашко, Т.В. Кальченко. Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2005. – 448 с.

79. Швидак А.А. Україна та ЄС: стратегічне партнерство / А.А. Швидак // Науковий вісник РДГУ. – 2013. - № 8(43). – С. 15-23.

80. Шкурупій О.В. М.Ю. Формування зовнішньоекономічного потенціалу промислового підприємства / О.В. Шкурупій // Ефективна економіка. – 2016. - № 7. – С. 14-19.

81. Щучко Є.І. Зовнішньоекономічна діяльність України: проблеми та перспективи розвитку / Є.І. Щучко // Науковий вісник НУВГП. – 2015. - № 59. – С. 101-109.

82. Яковлев А.И. Усовершенствование методов определения эффективности внешнеэкономической деятельности / А.И. Яковлев // Финансы Украины. – 1998. - №9. – С. 28-34.

83. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

84. Мокий А.І. Особливості формування зовнішньоторговельної політики України в межах міжрегіональних утворень / А.І. Мокий, О.Т. Чорний, В.О. Юзба // Офіційний веб-сайт бібліотеки Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.

85. Передрій О.С. Міжнародні економічні відносини: Навч. посіб. - К.: Знання, 2008. - 264 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/1584072039225/ekonomika/mizhнародni_ekonomichni_vidnosini_-_peredriy_os.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1. Баланс ТОВ «Київська шкарпеткова фабрика» за 2015-2017 рр.

Актив	Код рядка	2015	2016	2017
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	-	-	-
первісна вартість	1001	-	-	-
накопичена амортизація	1002	-	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-	-
Основні засоби:	1010	274,3	396,9	357,0
первісна вартість	1011	908,0	1166,8	1247,0
знос	1012	(633,7)	(769,9)	(890,0)
Інвестиційна нерухомість:	1015	-	-	-
первісна вартість	1016	-	-	-
знос	1017	-	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	-
первісна вартість	1021	-	-	-
накопичена амортизація	1022	-	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-	-
Гудвіл	1050	-	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-	-
Усього за розділом I	1095	274,3	396,9	357,0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	1280,3	3330,2	4079,1
Виробничі запаси	1101			
Незавершене виробництво	1102			
Готова продукція	1103	449,6	1197,0	2710,0
Товари	1104			
Поточні біологічні активи	1110	-	-	-
Векселі одержані	1120			
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	28,4	26,3	1309,0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130			
з бюджетом	1135	20,2	4,3	3,1
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-	-
з нарахованих доходів	1140			
із внутрішніх розрахунків	1145			
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	-	164,0	461,4
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	16,3	(255,6)	(431,4)
Готівка	1166			
Рахунки в банках	1167			
Витрати майбутніх періодів	1170	-	0,6	0,5
Інші оборотні активи	1190	-	838,3	2245,7
Усього за розділом II	1195	1345,2	4108,1	7667,4

III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	-
Баланс	1300	1619,5	4505,0	8024,4
Пасив	Код рядка	2015	2016	2017
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	34,0	34,0	34,0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401			
Капітал у дооцінках	1405			
Додатковий капітал	1410	-	-	-
Емісійний дохід	1411			
Накопичені курсові різниці	1412			
Резервний капітал	1415	-	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(2629,6)	(3955,1)	(3035,0)
Неоплачений капітал	1425	(2148,0)	-	-
Вилучений капітал	1430			
Інші резерви	1435			
Усього за розділом I	1495	(4743,6)	(3921,1)	(3001,0)
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-	-
III. Поточні зобов'язання				
Короткострокові кредити банків	1600	-	-	-
Векселі видані	1605			
Поточна кредиторська заборгованість за:				
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-	-
товари, роботи, послуги	1615	5886,3	5259,7	7176,8
розрахунками з бюджетом	1620	341,4	129,2	299,5
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-	-
розрахунками зі страхування	1625	10,4	68,3	16,7
розрахунками з оплати праці	1630	19,9	62,4	60,9
за одержаними авансами	1635			
за розрахунками з учасниками	1640			
із внутрішніх розрахунків	1645			
за страховою діяльністю	1650			
Поточні забезпечення	1660			
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670			
Інші поточні зобов'язання	1690	105,1	2906,5	3471,5
Усього за розділом III	1695	6363,1	8426,1	11025,4
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800			
Баланс	1900	1619,5	4505,0	8024,4

Додаток Б

**Таблиця Б.1. Звіт про фінансові результати
ТОВ «київська шкарпеткова фабрика» за 2015-2017 рр.**

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	2015	2016	2017
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3641,7	5576,4	7101,3
Чисті зароблені страхові премії	2010			
Премії підписані, валова сума	2011			
Премії, передані у перестрахування	2012			
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013			
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014			
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(4879,6)	(4192,8)	(5781,3)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070			
Валовий: прибуток	2090		1383,6	1320,0
Валовий: збиток	2095	-1237,9		
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105			
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110			
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111			
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112			
Інші операційні доходи	2120	4,1	412,9	168,1
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121			
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122			
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2130			
Адміністративні витрати	2130	(389,4)	(427,3)	(793,4)
Витрати на збут	2150	(419,6)	(432,5)	(702,1)
Інші операційні витрати	2180	(111,6)	(194,6)	(288,5)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181			
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182			
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190			
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195			
Дохід від участі в капіталі	2200			
Інші фінансові доходи	2220			
Інші доходи	2240	6,4	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241			
Фінансові витрати	2250			
Втрати від участі в капіталі	2255			
Інші витрати	2270	0	(1,4)	(1,5)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275			
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290		740,5	
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(2148,0)		(297,4)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-	-	-
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305			
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350		740,5	
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(2148,0)		(297,4)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400			
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405			
Накопичені курсові різниці	2410			
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415			
Інший сукупний дохід	2445			
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450			
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455			
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460			
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	(2148,0)	740,5	(297,4)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	1374	1257	1790
Витрати на оплату праці	2505	287	251	371
Відрахування на соціальні заходи	2510	101	89	132
Амортизація	2515	332	329	437
Інші операційні витрати	2520	3678	3297	4800
Разом	2550	5772	5223	7530

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600			
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605			
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610			
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615			
Дивіденди на одну просту акцію	2650			